**Sociologie de l’environnement et des sciences**

**Cours 2 – La définition d’un problème public**

**Introduction – Du problème au problème public**

• Un problème public appelle une prise en charge rapide du fait de son urgence. La nécessité de prendre en charge un problème ne va pas de soi et suppose la mobilisation d’un certain nombre d’acteur. Quelles sont les étapes nécessaires à la mise ne place de la gestion d’un problème public. On s’intéressera à deux types d’acteurs : les lanceurs d’alerte et les médias. Montrer que, non les médias ne construisent pas les problèmes mais les façonnent et leur donne une tournure, un cadrage. La notion de cadrage nous vient de Goffman et a été réutilisé par la sociologie de l’action collective et les médias. On citera ici le travail de Jean Baptiste Comby : notion de politisation en trompe l’œil.

• L’enjeu de cette première séance est de regarder le réchauffement climatique comme un problème qui émerge à un moment donné. Pourquoi et comment ils émergent à ce moment-là ? Où sont-ils discutés ? L’objectif est de montrer que la seule dimension scientifique ne permet pas de comprendre l’émergence d’un problème. En caricaturant les scientifiques établissent qu’il y a une urgence, ici de prendre des mesures pour limiter l’évaluation des températures, mais s’il suffisait de cette action, le problème serait terminé. Il existe donc d’autres processus qui assurent la publicisation de ce problème, la seule dimension scientifique n’est donc pas suffisante.

• Le premier avantage de parler de problème public est d’ouvrir le débat et de se contenter de dire qu’il y a des problèmes et que le législateur intervient ou non. On s’intéresse donc à l’action publique dans un contexte large,

• Action publique : « La manière dont une société construit et qualifie les problèmes collectifs, élabore des réponses, des contenus et des processus pour les traiter. L’accent est mis sur la société […], non pas sur la seule sphère institutionnelle de l’Etat » (Thoenig, 1998, p304). Il y a donc tout une construction des problèmes.

• De fait, les problèmes les plus visibles ne sont pas nécessairement les plus graves. Par exemple, dans *Les sombres précurseurs* qui s’intéresse aux lanceurs d’alertes et le dossier de l’amiante en France. La dangerosité de l’amiante est connue dès le début du 20ème mais les premiers procès se déroulent dans les années 80. Déjà dans les années 70 un certain nombre de groupes militait pour une reconnaissance des maladies professionnelles liées à l’amiante. Donc l’amiante jusqu’à cette période n’est pas constituée comme un problème public.

• Pour le climat, on peut dater les premières alertes et montrer qu’il existe un écart avec la période de la prise de conscience d’un problème planétaire. A la différence de l’amiante, il y a une structure d’expert à l’échelle de plusieurs gouvernements qui joue un rôle important dans la publicisation.

• Exemple : La cause principale de mort est le tabac (73 000 morts). Pollution de l’air et alcool (environ 40 000) accidents de la route (230). On a pourtant bien plus de campagnes de préventions concernant les accidents de la route que concernant la pollution de l’air. Il ne suffit pas d’évaluer l’ampleur d’un problème pour en faire un problème public.  
🡪 Qu’est ce qui fait qu’un sujet va émerger et pas un autre ?

• Trois biais pour éclairer l’action publique :  
- gouvernants (les objectifs fixés par les gouvernants permettent de comprendre l’action publique)  
- fonctionnaliste (action publique comme réponse à un problème. L’idée que l’Etat agit proportionnellement au problème qui se posent)  
- naturaliste (les problèmes pris en charge sont les plus « importants », essence du problème, ou son intensité)

• Cela montre qu’il faut se pencher sur un processus qui est celui de la catégorisation L’enjeu de la catégorisation : comment une question, un sujet, est constitué en problème. Il faut regarder les choses de manière dynamique et voir comment les processus donnent lieu ou non à une prise en charge, par l’Etat (pouvoir public), de problèmes.

• Problème public : la solution implique l’intervention des pouvoirs publiques.

• Ce qui compte ce n’est pas la nature du problème mais le passé de ce problème qui l’amène à être reconnu ou laissé à l’écart.

• Pouvoir public peut être vu comme un Etat, les Etats, l’Europe, etc…

• Qu’est ce qui peut ralentir ou empêcher la publicisation (émergence d’un problème et prise en charge) d’un problème public ?  
 - Résistance et oppositions (de nature idéologique, culturelle, matérielle, pratique…) à la prise en compte d’un enjeu. Exemple des climatosceptiques.  
 - La surabondance des problèmes. Les pouvoirs publics ne peuvent pas tout prendre en charge il y a donc des problèmes qui entrent en concurrence.

• « […] Les autorités publiques ne peuvent pas mettre sur agenda l’ensemble des problèmes car « l’attention publique est une ressource rare, dont l’allocation dépend de la compétition au sein d’un système d’arènes publiques » (p55). De ce fait, les « problèmes doivent lutter pour occuper un espace dans les arènes publiques. Cette compétition est permanente ; [ils] doivent à la fois lutter pour entrer et pour rester sur l’agenda public » (p.70à (Hassenteufel, 2010)  
🡪 Il faut réussir à émerger et se maintenir à l’agenda. Tout cela relève de l’action collective et non simplement de la nature même du problème. Il faut qu’il soit porté par des acteurs, qu’il soit mis à l’agenda, qu’on ait des pistes de prises en charges et qu’on les mette en place dans la durée. On pense par exemple au Sida.

**I – Les origines de la sociologie des problèmes public**

• Précurseurs en 1950 avec les apports de l’école de Chicago et la *Society for the Study of Social Problems* (Becker, Burgess, Blumer, Gusfield, Strauss). Ils se rassemblent dans cette association en réaction au développement de la sociologie américaine et notamment en réaction vis-à-vis de ce qui se fait au sein de l’ASS (*American Sociological Society*) qui utilisent des méthodes quantitatives et un certain formalisme. Alors qu’eux cherchent à s’orienter

• Howard Becker et la sociologie de la déviance fournit un bon exemple de la constitution d’un problème public. La déviance comme problème public : la consommation de marijuana. Il montre comment cette déviance est construite collectivement, qu’il y a plusieurs types de déviances et que la déviance ne renvoit pas à la nature de l’individu mais le fait qu’une partie de la société étiquette un comportement comme un comportement légitime ou non. Ici, la déviance peut être conçue comme un problème public car la consommation de marijuana est condamnée et cette condamnation est le résultat d’un travail d’un certain nombre d’acteurs dont les entrepreneurs de cause qui luttent pour que la conduite soit réprimandée et les comportements stigmatisés.

• La pénalisation de la marijuana aux Etats-Unis en 1937 donne lieu à un étiquetage et à une stigmatisation. Ce n’est pas simplement l’Etat qui fait cette loi mais aussi des entrepreneurs de normes (entrepreneurs de cause) qui conduisent des croisades se soldant par la création de nouvelles. Becker montre que ce comportement est perçu comme déviant à la suite de ces croisades.

• L’exemple le plus connu de la sociologie des problèmes public est celui de Joseph Gusfiel (*La culture des problèmes publics*, Paris, Economica, 2009) où il s’intéresse à l’étiquetage des problème publics et particulièrement celui du problème de l’alcool au volant (1950-1980). Il montre qu’il y a plusieurs dimensions importantes :   
- La dimension cognitive qui est une dimension de connaissance qui permet d’établir un lien entre le fait de boire et les accidents de la route. (la production de statistique sur l’alcoolisme, causalité buveur-accident)  
- La dimension morale, le conducteur remet en cause tout un ordre symbolique il ne fait pas simplement naître un problème localisé (conducteur-buveur est un déviant)

• « L’apport de Gusfield est aussi d’inviter à comprendre les logiques d’action des entrepreneurs de morale. Dans les deux moments sur lesquels il se fixe les prote parole de l’antialcoolisme ont en commun d’une part d’etre des femmes, de l’autre d’appartenir à des catégories sociales qui ont exercé une autorité sociale ou une exemplarité identitaire dans la société états-unienne […] Ce sont des entreprises [les mouvements de statuts] par lesquels les représentants d’élites sociales qui se perçoivent comme en déclin tentent de compenser une perte de pouvoir (politique économique social). Ils le font en constituant un enjeu qui leur permet de s’ériger en garant et conservateur des valeurs morales, des fondements identitaires de la communauté. L’influence perdue cherche à se reconstruire dans une posture « *fondamentaliste* » de définisseurs et de gardiens des vertus de l’américanité » (Neveu, 2015)  
🡪 Insiste sur qui sont ces entrepreneurs de cause.  
🡪 Plus que la punition, les déviants sont considérés comme des individus qui menacent le groupe.  
🡺 Ce n’est donc pas un problème individuel à régler mais un problème plus large car collectif.

• Les trois étapes du processus de publicisation   
Cf ; William Felstiner, Richard Abel et Austin Sarat (1980-1981) :  
- Naming : la prise de conscience d’un problème. Passage d’un problème individuel à un problème collectif. (S’appuyer sur des statistiques)  
- Blaiming : Polarisation. Mise en accusation d’individus ou de groupes. Désignation de « responsables » d’une situation jugée offensante.  
- Claiming : Mise en avant d’une revendication. Les acteurs demandent réparation aux responsables. Formulation d’une demande explicite qui est souvent adressée aux autorités publiques.  
🡪 Cela montre comment un problème localisé, individualisé peut devenir un problème collectif où on désigne des responsables et on demande une action de l’Etat.  
🡪 Ces trois étapes ne sont pas toujours présentent et certains problèmes restent confinés dans certaines arènes.

Bilan : Les problèmes publiques n’émergent pas d’eux-mêmes et sont le résultat d’une lutte et d’une concurrence pour être mis à l’agenda

• Il nous faut maintenant nous intéresser aux acteurs. Il n’y a pas seulement les entrepreneurs de causes

**II – Mobilisations collectives et lanceurs d’alerte**

• Notion d’agenda : « l’ensemble des problèmes faisant ‘objet d’un traitement, sous quelque forme que ce soit, de la part des autorités publiques et donc susceptibles de faire l’objet d’une ou plusieurs décisions » (Garraud, 1990, p27)

• Qui permet d’identifier les problèmes ?  
- les intellectuels   
- les experts  
- les *Think Tanks*   
- les mouvements sociaux  
- les partis politiques

• Depuis un certain nombre d’année a émergé, à travers la sociologie pragmatique et le travail de Chateauraynaud et Torny (1999), le concept de de lanceurs d’alerte qui tirent la sonnette d’alarme pour pointer un problème public.  
- Annonce d’un malheur à venir  
- volonté d’éviter une catastrophe  
- Demande d’actions ou de vérification (visites enquêtes, expertises, auditions, mesures)  
- orientation vers le futur  
- victimes potentielles « configuration »

Seralini peut être défini comme un lanceur d’alerte

• Entre l’intellectuel (scientifique) engagé et l’intellectuel « spécifique » (Foucault) qui mène des luttes « matérielles, quotidiennes »

• On a cette notion qui vient de la sociologie pragmatique mais qui s’est développé dans le reste de la société avec 2007/2008 la mise ne place d’une protection juridique des lanceurs d’alerte (suite au Grenelle de l’environnement)

• « La loi relative à l’indépendance de l’expertise en matière de santé et d’environnement et à la protection, des lanceurs d’alerte. » (Adoptée par le Sénat le 3 avril 2013)

**III – La médiatisation d’un problème public : le cadrage**

• La médiatisation est fondamentale et c’est un très bon indicateur pour voir si un problème émerge (même s’il n’est pas encore mis sur l’agenda). C’est souvent un moment crucial avant la mise à l’agenda. Ce n’est pas seulement un indicateur puisque ça produit quelque chose.

• Notion de cadre ou cadrage issue des travaux de Goffman et de ses différents usages (Frame analysis dans la théorie des mouvement sociaux et les cadrages en communication)

• On peut dire que naming, blaming, claiming renvoient à des opérations de cadrage et que les médias jouent un rôle important sur ces questions.

• A l’origine, les travaux de Goffman n’ont pas de lien avec ça, il parle d’interactions entre acteurs et d’un cadre partagé entre les acteurs qui leur permet de prendre part à une interaction, de se tenir à leur rôle, ils relèvent de significations partagées (« Que se passe-t-il ? ». La vie quotidienne est une succession de cadres. La notion de cadre est donc très précise chez Goffman et renvoie seulement à la définition de la situation.

• En sociologie de l’action collective, notamment les Travaux de David Snow, qui reprend l’idée de cadre pour analyser en particulier les processus interactifs et communicatifs au sein d’une organisation. Les responsables d’une organisation peuvent modifier les cadres d’une d’interprétation. L’intérêt, c’est d’essayer de dégager des processus pour comprendre comment des cadres se succèdent

Exemple de 2 mécanismes :  
- *Frame bridging* (pontage) : l’idée que les responsables d’une organisation, pour défendre une cause, peuvent être amenés à lier des problèmes qui initialement peuvent être séparés. Construire une plate-forme programmatique qui permet d’allier des cadres séparés.  
- *Master frames* (cadres cardinaux) : l’idée que dans une mobilisation, on peut avoir différents cadres mais qu’il existe souvent un cadre cardinal autour duquel s’organisent les autres cardes. Si on observe une mobilisation sur el long terme, on peut observer un ou quelques schèmes d’interprétation qui vont être structurant dans le temps et vont permettre d’installer une certaine continuité dans le temps. Exemple sur l’exploitation des ressources et leur épuisement dans les questions d’environnement.

Problème : Est-ce que la notion de cadre apporte plus de chose que la question d’idéologie ?

• Dans les sciences de communication, on a des études qui s’intéressent aux *issues* (les débats, ex : autisme, OGM etc…) qui utilisent la notion de cadrage un peu différemment :  
Le framing, c’est-à-dire la manière dont les médias présentent des problèmes au public. Ces travaux se focalisent souvent sur la production de messages concernant un problème et pas nécessairement sur leur réception. Ces approches s’intéressent au cadrage car on voit comment le problème est défini, les causes diagnostiquées les jugements moraux qui sont faits et les suggestions proposées.

• Ces travaux s’appuient le plus souvent sur des analyses de contenues : article de presse, émissions TV. Pour établir si les cadres établis par les chercheurs sont présents. Par la suite on s’intéresse à la présence statistique de ces cadres, en fonction du temps et des types de médias, et à leur évolution.

• Exemple de cadrage d’un problème : autisme  
Science frame (les causes d’un problème)  
Human frame (les expériences personnelles, interview des malades…)  
Policy frame (les problèmes politiques, places à l’hopital…)

Critiques faites à cette notion de cadrage : C’est très descriptif, est ce que ça ne renvoie pas seulement à un « thème ».   
L’idée reste de montrer que les médias façonnent les problèmes publics.

**Analyse d’article**

• Cf. Jean Baptiste Comby : Est-ce que la médiatisation c’est synonyme de la politisation d’un problème public ?

• On pourrait être tenté de dire que, si les médias accordent une attention c’est le signe que le problème n’est plus confiné et est sorti des arènes où il se trouvait auparavant. Mais Comby s’oppose à l’idée que médiatisation = politisation. Le débat est construit d’une certaine manière et repose sur des choses acceptées par tous les acteurs du débat dans les médias.

• « Le débat se cantonne en effet aux modalités (« quelles sont les plus efficaces, les plus équitables ? ») de mise en œuvre de ces instruments d’action publique anciens en matière environnementale. Il ne porte en revanche pas sur leur pertinence face au problème à résoudre. Leur légitimité va de soi et ceux qui en douteraient peinent à faire savoir, du moins dans les médias conventionnels. » p220

Par cette démarche, il se rapproche d’une sociologie critique qui pointe le fait que les réponses sont des réponses plutôt techniques et jamais morales. Ici, on a une logique marchande du problème public et on essaie de montrer que la cause du problème est avant tout individuelle. Pour Comby, il y a d’autres manière de percevoir le problème et notamment l’idée que le réchauffement de la planète et les questions climatiques sont des questions qui nous amènent à remettre en question notre modèle de société. Pourtant, les acteurs ou organisations qui défendent cet argument sont en fait marginalisés dans les médias et leurs solutions sont donc relativement ignorés.

•Il y a d’autres éléments qu’il serait intéressant de prendre en compte pour comprendre la médiatisation comme la structure du champ journalistique : trajectoire des journalistes traitant ce sujet, manière de traiter ces sujets

• Toutes les voies alternatives ne parviennent donc pas à occuper une place. La politisation apparente est un trompe-l’œil mais en réalités les acteurs du débat partagent tous un point de vue commun.

[Emma.saux@gmail.com](mailto:Emma.saux@gmail.com)