

## **(In)former un public dans une visée de changement individuel et sociétal : le cas d'un média numérique « d'information et d'éducation positive » en Roumanie**

**Par Dany Bourdet, sociologue, professeur contractuel en Sciences de l'Éducation et de la  
Formation à l'Université de Lille**

Dans cette communication, nous nous intéresserons au site web *RomâniaPozitivă*. Celui-ci se présente comme « *une plate-forme d'information et d'éducation positive* » et promeut à la fois un regard et une participation à ce qui est jugé satisfaisant et améliorant les choses en Roumanie dans tout un ensemble de domaines (économie, société, écologie, éducation, etc.). Après en avoir fait une présentation détaillée, nous préciserons la méthodologie employée pour son analyse qualitative, à savoir la sémiotique situationnelle appliquée à l'analyse de sites web, et nous exposerons ensuite ce qui en ressort à propos de son public : les contours de celui-ci, principalement une jeune classe moyenne urbaine éduquée, et ce qu'il lui propose, en l'occurrence s'informer et se former en vue que la société roumaine fonctionne mieux mais aussi pour accroître sa satisfaction personnelle.

### ***RomâniaPozitivă* : un site web imprégné par le développement personnel qui vise à informer et à former**

*RomâniaPozitivă* (<http://www.romaniapozitiva.ro/>) a été lancé en 2006. Son fondateur est issu du secteur privé en Roumanie où il a travaillé dans les ressources humaines. Formateur dans ce domaine pour des entreprises et des organisations non-gouvernementales (ONG) mais également animateur d'événements et de conférences, ce site web s'avère être pour partie une vitrine et un vecteur de ses activités.

*RomâniaPozitivă* a pour dessein d'informer et d'éduquer le public sur la base de choses (des actions, des projets, etc. touchant à l'économie, à l'environnement, à la culture, à l'éducation, etc.) perçues comme fonctionnant bien ou ayant un impact considéré positif en Roumanie. Il se veut à rebours de ce qui est généralement proposé dans le paysage médiatique roumain, lequel multiplie clichés et euphémismes (utilisation d'expressions positives pour désigner des choses dont les effets

sont en réalité à l'opposé) tout en relayant principalement et de façon dramatique ce qui va mal dans le pays :

*« Néanmoins, le goût du tragique et de la catastrophe, et sa permanente alimentation sont également très présents. Aujourd'hui, "le pays s'enfoncé dans la pauvreté" (țara se afundă în sărăcie), "il est sur la voie du néant" (este pe drumul neantului), "la politique du gouvernement nous mène à la déchéance" (politica guvernului ne duce la pierzanie), on vit avec "l'espoir de sortir du cauchemar" (speranța ieșirii din coșmar). Le ton de la presse écrite ou télévisuelle devient grave de manière exagérée dès qu'une épidémie, une calamité ou un scandale se présente. » (Radut-Gaghi, 2010, p. 83)*

*RomâniaPozitivă* vise aussi à proposer des formations et des conférences sur la résolution de problèmes (psychologie positive), l'entrepreneuriat social ainsi que sur l'élaboration d'événements et d'ateliers thématiques pour les organisations, toutes ou presque dispensées par le fondateur du site web (il s'agit en effet de domaines liés à son expérience professionnelle et à ses compétences).

Par rapport à son objet, il y a quatre grands types de contenus sur *RomâniaPozitivă* qui y sont clairement distingués. On y trouve tout d'abord, majoritairement, des informations sur des actions individuelles, collectives et surtout privées (acteurs du monde économique et de la société civile) ayant un impact jugé positif en Roumanie en matière d'éducation, de respect de la nature, sur le plan économique, au niveau social et/ou du développement durable (responsabilité sociétale des entreprises), etc. On peut citer par exemple, en matière de solidarité d'initiative privée, les actions caritatives relevant de la philanthropie déployées par des entreprises et/ou des filiales locales d'ONG internationales, des fondations et des associations nationales, celles conjuguant insertion par l'activité économique, développement durable et commerce équitable/production locale dans le cadre de l'économie sociale et solidaire (ESS), ainsi que celles de défense des droits initiées par des associations et faisant appel au soutien des citoyens (Bourdet, 2017) ; on peut aussi citer, toujours à titre d'exemple, les actions d'ONG et associations locales à destination des populations immigrées en Roumanie : aide et services sociaux, activités éducatives et de loisirs pour les enfants, événements culturels, etc. (Bourdet, 2019). Puis, il y a l'expression de points de vue, d'opinions qui émanent de personnes initiant ces actions, lesquelles proviennent de champs d'activités très variés (éducation, culture, entrepreneuriat social, sport, etc.). Viennent ensuite les présentations des services et actions de formation proposés dans les domaines précédemment mentionnés ; ils sont en général payants et semblent avoir une orientation commune marquée par la psychologie positive et plus

généralement le développement personnel. Enfin, sont relayés sur *RomâniaPozitivă* des appels au volontariat, aux dons, etc. Ces quatre types contenus sont étiquetés respectivement de la manière suivante : « *Découvre des exemples positifs* », « *Inspire-toi* », « *Apprends* » et « *Implique-toi !* » (on notera l'usage systématique de l'impératif à la première personne, ce qui exprime une injonction adressée individuellement) ; ils sont reliés les uns aux autres dans ce schéma qui figure sur le site web et dont la lecture permet de comprendre que l'objectif est ici de lier information et formation dans une perspective de changement individuel et collectif :



Le schéma est à lire de bas en haut : il indique un cheminement vers une élévation, une progression. Sur la page de présentation du site web, il est par ailleurs précédé du paragraphe suivant : « *Nous savons qu'il existe énormément de choses qui ne fonctionnent pas comme nous le voulons en Roumanie, mais nous savons aussi qu'il existe beaucoup de choses positives. Nous nous croyons que si nous avons suffisamment assez d'exemples positifs dont nous pouvons nous inspirer, nous pouvons apprendre à voir la moitié pleine du verre et nous impliquer dans les activités importantes pour nous, qu'il s'agisse de la vie personnelle ou des activités des organisations, équipes et communautés dont nous faisons partie* ».

Le développement personnel, auxquelles paraissent être rattachées les formations proposées par *RomâniaPozitivă* et qui sont principalement dispensées par son fondateur (qui, rappelons-le, a initialement travaillé dans les ressources humaines), lie en effet l'un à l'autre en considérant qu'il n'y a pas de situation par rapport à laquelle l'individu ne peut rien faire :

*« Si cela signifie qu'aucune situation n'est vraiment déterminée, cela implique également que notre incapacité à dépasser un problème est au moins en partie due au fait que nous n'ayons pas assez travaillé sur nous-mêmes, notre volonté, nos représentations. Dès lors, "se réaliser", entreprendre ce chemin n'est donc pas qu'une question d'esthétique, mais bien une question existentielle, voire une responsabilité individuelle comme collective. En effet,*

*l'attribution des responsabilités pratiquée par le DP est fondamentalement introjective : face à un problème ou à une situation déplaisante, c'est à l'individu qu'il revient de mettre la main à la pâte pour que quelque chose change, car il en a toujours, même s'il ne le sait pas encore, la possibilité. A contrario, le DP – parfaitement dans l'air du temps – aura tendance à déconsidérer la position de victime passive et plaintive, qui attend que les solutions viennent de l'extérieur. » (Marquis, 2016, p. 57)*

On comprend mieux dès lors la signification à la fois des intitulés sous lesquels sont désignés les principaux contenus du site web, de leur caractère injonctif directement adressé à la personne qui le consulte et du schéma-cheminement qui les lie.

*RomâniaPozitivă* mentionne « plus de 40.000 bons exemples en Roumanie » diffusés depuis sa création, ce qui tend à indiquer que ce sont les contenus informationnels qui prédominent quantitativement. Plus de la moitié de ces contenus, informationnels et autres, sont mis en ligne par l'équipe qui anime le site web : sont publiés gratuitement articles, communiqués de presse, opinions et images, en provenance essentiellement d'ONG, de fondations, d'associations et d'entreprises ou de leurs acteurs, qui se rapportent à ce qui est appréhendé comme fonctionnant bien ou améliorant les choses en Roumanie ; sont publiés de façon payante des séries d'articles présentant des projets ou des actions ayant un impact social estimé positif initiés par des acteurs de la société civile et du monde économique dans le cadre de campagnes de promotion de ces projets ou actions. L'autre moitié des contenus de *RomâniaPozitivă* provient pour une très large partie de son fondateur, et à moindre mesure d'acteurs individuels et de la société civile (parmi lesquels beaucoup d'ONG, de fondations et d'associations dont les noms apparaissent d'ailleurs souvent sur le site web, au-delà des contenus qu'elles y font elles-mêmes figurer).

*RomâniaPozitivă*, qui a désormais plus de quinze ans d'existence, met en avant que son site web est fréquenté par « approximativement 20.000 visiteurs uniques par mois », tandis que plus de 10.000 personnes ont participé aux formations et conférences proposées tout au long des vingt dernières années (soit avant sa création, ce qui indique que *RomâniaPozitivă* est non seulement une vitrine et un vecteur de l'activité professionnelle de son fondateur mais qu'il était également, à l'origine, un prolongement de celle-ci et de son orientation à la fois idéologique et pédagogique marquée par le développement personnel, notamment la psychologie positive). La question que nous allons nous poser ici est celle de savoir quel public ce site web cherche-t-il ainsi à (in)former et à quel dessein précisément ?

### **(In)former une jeune classe moyenne urbaine et éduquée soucieuse de soi et de la société roumaine**

En vue d'identifier le public de *RomâniaPozitivă*, nous avons mis en œuvre une analyse sémiotique situationnelle de son site web. La sémiotique situationnelle appliquée à l'évaluation ou à l'analyse d'un site web est une méthode qui « [...] permet d'analyser les propositions de communication du site web pour repérer celles qui apparaissent comme les plus significantes en situation d'usages » (Heïd et Méliani, 2009, p. 3). Le point de départ est de déterminer l'objectif de l'analyse, en l'occurrence ici établir à qui s'adresse ou semble s'adresser *RomâniaPozitivă* et ce qu'il lui propose, et de définir la place du chercheur, celui-ci étant dans le cas présent un utilisateur non régulier de ce média numérique pour y prélever des contenus informationnels sur certaines thématiques (Bourdet, 2017, 2019). Il nous a dès lors fallu davantage consulter le site web analysé, devenir un « membre » de ses utilisateurs (au sens ethnométhodologique du terme, ce qui nécessite la maîtrise du langage naturel des utilisateurs du site et va par là même impliquer une compétence induite par la familiarité avec le site et ses usages), car le chercheur doit être suffisamment acculturé à celui-ci pour pouvoir dégager au cours de l'analyse les usages normés portés par le dispositif communicationnel (Heïd et Méliani, 2010). Lors de l'analyse, une grille qualitative a été minutieusement complétée, celle-ci comportant sept cadres qui sont constitutifs de toute situation (identitaire, qualité des relations, positionnement, normes, temporaire, spatial et physico-sensoriel) et trois niveaux situationnels (micro, méso et macro, soit respectivement : les pages du site web, le site en lui-même, et enfin l'entité sociale qui communique à travers celui-ci) ; dans chaque cadre et pour chaque niveau, nous avons donc noté les éléments pertinents et nous en avons fait émerger les significations qui y sont rattachées. Nous avons ensuite fait le point sur les significations récurrentes et sur celles entrant en résonance afin de dégager des formes globales significantes et nous les avons commentées, ces formes globales significantes constituant les idées fortes dégagées par l'analyse comme le précisent Heïd et Méliani (2010). Enfin, nous avons mis à jour les relations entre ces principales formes globales significantes et les avons qualifiées en vue de saisir le sens général du phénomène. Ce sont ces formes globales significantes, leur relations et ce qui s'en dégage à propos du public que *RomâniaPozitivă* cherche à (in)former et ce qu'il lui propose que nous allons à présent exposer.

*RomâniaPozitivă* a **une visée informative prédominante par rapport à celle de proposer des formations**. En effet, si les services de formation sont certes mis en avant sur la page d'accueil

du site web (ils y figurent au premier plan), ce sont néanmoins les contenus informationnels centrés sur les « bons exemples » qui sont principalement présents sur la suite de celle-ci. Les trois ou quatre dernières informations publiées dans tout un ensemble de domaines d'intérêt (il y en a seize au total – économie, culture, éducation, entrepreneuriat social, responsabilité sociale des entreprises, etc. – et chaque contenu informationnel est systématiquement indexé à un ou plusieurs domaines) y apparaissent ainsi. Le public peut donc facilement se repérer sur *RomâniaPozitivă* et s'orienter vers ce qui l'intéresse dans l'actualité en ou sur la Roumanie.

L'accès aux différentes pages est rapide et leur lecture formellement attrayante (homogénéité et clarté dans l'organisation et la mise en forme du texte, avec présence chaque fois d'au moins une image, une photographie le plus souvent). Les pages proposant un contenu informationnel sont quant à elles toujours structurées de la même manière : titre, auteur, domaine(s) concerné(s) et catégorie de contenu, chapeau, image d'illustration, texte court organisé en différentes parties, présentation de l'auteur ou/et de l'(des) acteur(s) impliqué(s) avec un lien vers le(s) site(s) web de ce(s) dernier(s). Ces éléments et le fait que tout ce qui est mis en ligne sur *RomâniaPozitivă* est étiqueté, classé par domaine(s) et/ou par type de contenu permettent d'affirmer que ce site web possède **une ergonomie rendant aisée et rapide sa consultation et la lecture de ses pages.**

Au regard de la nature des informations publiées mais aussi de l'esthétique du site web (son nom en vert suivi de la formule « *Du bien à propos de la Roumanie* » apparaît en haut de la page d'accueil dans un bandeau représentant de l'herbe et des pissenlits, lequel reste présent lors de la navigation sur les pages, tandis que le vert et le bordeaux ressortent dans le code couleur du site), on peut affirmer qu'il y a là **une volonté de promouvoir une image positive de ce qui se passe aujourd'hui en Roumanie.** Au niveau du contenu, la prédominance de la diffusion d'informations et aussi de points de vues, d'opinions indique qu'il s'agit essentiellement de valoriser ce qui est perçu comme fonctionnant bien ou améliorant les choses en Roumanie ainsi que celles et ceux qui en sont les protagonistes, donc de mettre en avant l'exemplarité. Le site web se veut central en la matière et tant par ces « bons exemples » au cœur des contenus informationnels que par les formations proposées, il cherche à contribuer à un changement individuel et collectif pour que les choses progressent dans la société roumaine. *RomâniaPozitivă* est par conséquent animé par **une volonté conjointe de faire participer, d'inciter au changement en Roumanie.** C'est ce à quoi correspond justement la rubrique « *Implique-toi !* », tandis que l'implication apparaît au bout du cheminement dans le schéma figurant sur le site web que vous avons reproduit auparavant.

Pour faire participer, inciter au changement en Roumanie, *RomâniaPozitivă* cherche à attirer, y compris sur le plan visuel, un public en quête d'une autre image des réalités du pays, qui reflète et/ou qui valorise ce qui y fonctionne bien ou/et ce qui y améliore les choses – ou en tout cas, ce qui est apprécié comme tel –, en l'occurrence ce qui part d'initiatives privées (encore une fois, surtout des acteurs du monde économique et de la société civile) et qui amène à la résolution de problèmes dans la société roumaine ou/et à accroître le bien-être collectif en matière d'économie, d'éducation, de développement durable, de responsabilité sociétale des entreprises, etc. Compte-tenu de ce qu'il propose au niveau des contenus informationnels et en matière de formation, on peut dire qu'il s'agit d'un public potentiellement mu à la fois par le souci du collectif et par le souci de soi. En raison de sa centration sur l'actualité, et du fait de son ergonomie permettant d'accéder et de lire facilement ce qui est mis en ligne selon ses domaines d'intérêt, on peut de plus supposer qu'il s'adresse à un public qui vit au présent et qui souhaite pouvoir consulter rapidement ce qui l'intéresse ; un public qu'on peut qualifier de « jeune » puisque le tutoiement est de mise sur *RomâniaPozitivă*. Du fait de la nature même des formations proposées, on peut en outre supposer qu'il s'agit d'un public de personnes actives ou entrant dans la vie active et ayant fait des études supérieures. On peut enfin le caractériser comme vivant en ville, citadin, dans la mesure où le milieu rural et l'agriculture ne sont pas des domaines qui apparaissent et qu'on trouve par contre « Coin vert » ou « Piéton urbain ». *RomâniaPozitivă* semble par conséquent être un site web qui **s'adresse à un public plutôt jeune, urbain, d'un niveau d'études supérieures, exerçant ou s'orientant vers une activité professionnelle et qui cherche une évolution personnelle/professionnelle mais aussi à ce que les choses évoluent en Roumanie, ou pour le dire autrement : à une nouvelle classe moyenne urbaine émergente soucieuse à la fois de soi et de la société dans laquelle elle vit, ayant une orientation plutôt libérale tant sur le plan politique qu'économique**. On remarquera que c'est d'ailleurs ce même public qui s'est retrouvé au cœur des mobilisations sociales et politiques autour de préoccupations environnementales, contre la corruption, etc. durant la dernière décennie :

*« Comme dans d'autres pays, les jeunes de 20 à 35 ans ont été les acteurs de premier plan des mobilisations après 2011. Par contre, alors qu'ailleurs les principaux acteurs des mobilisations post-2011 sont aussi ceux qui ont été les plus affectés par les politiques d'austérité et la crise économique, les mobilisations post-2011 en Roumanie ont mobilisé surtout des acteurs bien insérés dans le monde socio-professionnel et disposant d'un certain capital social et culturel et ceci à l'exception des mobilisations de 2012, qui rassemblent*

9ème congrès de l'Association Internationale pour la Formation, la Recherche et l'Intervention Sociale (AIFRIS),  
« Paroles, expériences et actions des usagères et usagers dans l'intervention sociale : rendre visible l'invisible »,  
4-8 juillet 2022, Université Libre de Bruxelles (ULB), Bruxelles, Belgique

*aussi des acteurs touchés par la crise économique (retraités, employés du secteur public, chômeurs).* » (Abăseacă et Pleyers, 2018, p. 45).

En conclusion, on peut dire que **le site web *RomâniaPozitivă* cherche à (in)former, à éduquer** – au sens étymologique du terme : conduire hors, élever – **par l'exemple, en vue qu'elle agisse dans sa vie quotidienne tant pour un meilleur fonctionnement collectif que pour son épanouissement personnel, cette frange de la société roumaine, jeune, urbaine, dynamique, pro-démocratique et pro-européenne, qui aspire au développement d'une société pleinement libérale tout en étant sensible aux préoccupations sociales, environnementales, etc.** Alors que plusieurs clivages se superposent aujourd'hui en Roumanie, « [...] *un clivage générationnel et culturel, opposant l'ancien homo sovieticus à la roumaine aux citoyens nés après 1990 ; les anciens clivages entre les zones urbaines et rurales, le centre et la périphérie ; de nouveaux clivages entre la nouvelle classe moyenne émergente et les perdants de la transition et de l'intégration européenne* » (Pîrvulescu, 2017, p. 18), on peut toutefois se demander dans quelle mesure cela ne participe pas ici à leur accentuation et à la polarisation entre cette frange de la société et une autre caractérisée elle par son anti-libéralisme et qui se tourne pour partie vers la télévision pour s'informer (Pîrvulescu, 2017) ?



## Bibliographie

- Abăseacă, R. et Pleyers, G. (2018). Le cycle de mobilisation post-2011 en Roumanie aux échelles nationale, régionale et globale. *Revue d'études comparatives Est-Ouest*, 3(3), 33-64. <https://doi.org/10.3917/receo1.493.0033>
- Bourdet, D. (2017, juillet). *Exploration des modalités contemporaines de la solidarité sociale d'initiative privée en Roumanie à travers le recours aux méthodes numériques en sciences sociales*. Communication présentée au 7ème congrès de l'Association Internationale pour la Formation, la Recherche et l'Intervention Sociale (AIFRIS), « Solidarités en questions et en actes : quelles recompositions ? », Montréal, Québec. [https://aifris.eu/09ressources/clt\\_fiche.php?id\\_article=4452](https://aifris.eu/09ressources/clt_fiche.php?id_article=4452)
- Bourdet, D. (2019, juillet). *Sociographie d'actions d'ONG à destination des populations immigrées en Roumanie via l'usage des méthodes numériques en sciences sociales*. Communication présentée au 8ème congrès de l'Association Internationale pour la Formation, la Recherche et l'Intervention Sociale (AIFRIS), « Sociétés plurielles, Travail social et Vivre ensemble », Beyrouth, Liban. [https://aifris.eu/09ressources/clt\\_fiche.php?id\\_article=5400](https://aifris.eu/09ressources/clt_fiche.php?id_article=5400)
- Heïd, M.-C., Méliani, V. (2009, Juin). *La sémiotique situationnelle appliquée à l'analyse de sites web*. Actes du 2ème colloque international francophone sur les méthodes qualitatives, « Enjeux et stratégies », Lille.
- Heïd, M.-C., Méliani, V. (2010, 31 mars-1er avril). *Modéliser des phénomènes complexes : le cas d'un site web de journalisme participatif*. Actes du 2ème colloque international francophone sur la complexité, Lille.
- Marquis, N. (2016). Performance et authenticité, changement individuel et changement collectif : une perspective sociologique sur quelques paradoxes apparents du « développement personnel ». *Communication & management*, 1(1), 47-62. <https://doi.org/10.3917/comma.131.0047>
- Pîrvulescu, C. (2017). La Roumanie entre « illibéralisme » et protestation. *Études*, 7(7-8), 17-28. <https://doi.org/10.3917/etu.4240.0017>
- Radut-Gaghi, L. (2010). La (nouvelle) langue de bois dans la Roumanie actuelle. *Hermès, La Revue*, 3(3), 81-85. <https://doi.org/10.3917/herm.058.0081>