

Vingt-cinq propositions concernant la « communication » et les modalités d'une recherche concernant des phénomènes communicationnels

David DOUYERE

Labsic, Université Paris 13, Sorbonne Paris Cité
david.douyere@gmail.com

Références : DOUYÈRE, D. (2012), « Vingt-cinq propositions concernant la “communication” et les modalités d'une recherche concernant des phénomènes communicationnels », in Stefan BRATOSIN, Céline BRYON-PORTET, Mihaela Alexandra TUDOR (dir.), *Epistémologie de la communication : bilan et perspectives, Actes du workshop international Essachess Technopolis, 2^e éd.*, Iasi (Roumanie), Institutul European, « Colloquia », 2012, p. 55-74 [ISBN 978-973-611-906-4].
(<http://www.euroinst.ro/titlu.php?id=1252>)

Résumé : La communication doit être saisie tant dans sa dimension matérielle, pragmatique, que dans sa mise en jeu de l'immatériel (idées, valeurs, croyances), dans la diversité de ses modalités d'accomplissement (discours, image, corps, dispositif technique...) et de ses champs d'investissement (société, organisation, culture, échange...). Si elle contribue à former la réalité, elle ne l'est pas toute. Comment définir « la communication » dans sa dissémination ? Vingt-cinq propositions s'efforcent, ici, d'en cerner les contours, dans une pratique de recherche.

Mots-clés : épistémologie, communication, signification, dialogue, trace, information.

2 David DOUYERE Vingt-cinq propositions concernant la communication

Twenty-five proposals for research on the nature of communicational phenomena

Abstract: Communication needs to be grasped in its material, pragmatic dimension, but also the way it embraces non-material entities (ideas, values, beliefs), its modalities of performance (discourse, image, body language, technical aspects) and its areas of deployment (society, organisation, culture, dialogue). It contributes to the formation of reality, but not monopolistically. How is "communication" to be defined in terms of its dissemination? This set of twenty-five proposals outlines a possible answer to the question.

Keywords: epistemology, communication, information, meaning, signification, dialogue, trace, interpretation.

« Vous êtes chercheur en communication ? – Ah, bah ça tombe bien, parce que, ici, on en a bien besoin ! » La méprise entendue plusieurs fois en entreprise semble poser le chercheur comme celui qui va rétablir « la communication », permettre aux acteurs de se parler, aider à la diffusion de l'information. Lui n'entend pas les choses de cette manière, et n'a pas pour perspective que les gens se parlent et « communiquent », mais de comprendre les dispositifs mis en œuvre pour partager de l'information, diffuser des textes et des images... De quoi s'agit-il ? Cette parole de terrain, dans sa « naïveté », si l'on veut, dit bien la polysémie dont est affectée la communication, tant, sans doute, pour les acteurs, que pour les chercheurs eux-mêmes.

La polysémie de « la communication », le fait que l'on a renoncé avec Escarpit (1976, 1991), puis Miège (2004) à toute théorie générale de la communication, voire qu'elle soit impossible et non souhaitable (Craig, 2009 a), et que l'on sait bien que la communication n'est pas seulement l'action permise par « les machines à communiquer » (Schaeffer, 1970, 1972), ni la communication interpersonnelle, montre bien la difficulté de l'objet, comme de l'étude.

Nous voudrions par conséquent poser et développer ici vingt-cinq propositions qui permettent, nous semble-t-il, de penser la « communication » dans ses diverses modalités, et de dessiner un cadre, s'il en est besoin, à l'étude que nous poursuivons des phénomènes communicationnels.

Cette réflexion, suscitée par des controverses scientifiques récentes de ce champ de recherche (Craig, 2009 a ; Ollivier, 2007), nourrie par plusieurs ouvrages et approches, parfois divergentes, discutée, est proposée à partir de plusieurs années de recherche dans différents champs des études en communication : usages des nouvelles technologies, communication des savoirs, communication en organisation, édition, communication religieuse, épistémologie de la recherche de terrain... (Douyère, 2008 ; 2011 d ; 2010 c ; 2011 a, b, e ; 2006), qu'elle entend ici croiser, dans une perspective de « faire le point » tant sur une notion mobile et disséminée que sur une approche qui parfois ne se focalise que sur certains aspects de la communication, et en néglige toujours certains, afin de proposer quelques « marqueurs » de cette (et pour la) recherche en information – communication.

Proposition 1

La communication peut être entendue comme production et mise en circulation de sens.

Le seul signe ne peut suffire à désigner et caractériser la communication. C'est la production et la délivrance d'un « sens » qui nous semble davantage la caractériser, indépendamment du support et de la modalité technique et relationnelle mise en jeu, le sens étant entendu ici comme l'objet d'une appropriation cognitive, et éventuellement corporelle. La production signifiante ne procède pas nécessairement

cependant d'une intention communicationnelle. L'interprétation ici joue un rôle dans l'assignation de sens. Cette proposition a pour corollaire que tout dans le monde matériel n'est pas (production de) sens, et que tout n'est pas (production de) signes, quand bien même le chercheur, le religieux ou le paranoïaque auraient le loisir de construire un monde qui leur paraisse tel.

Proposition 2

Si elle est production de signes, la communication ne peut être séparée des phénomènes sociaux qui l'accompagnent et la produisent.

Une lecture purement sémiologique ou sémiotique des phénomènes communicationnels nous semble en effet méconnaître que les sciences de l'information et de la communication sont une science sociale (Bautier, 2009) et que les phénomènes communicationnels sont eux-mêmes *indexés sur* et *produits par* le social, dont ils ne peuvent être complètement isolés. C'est bien de dynamiques sociales ou de « logiques sociales » (Miège, 1996) dont il s'agit quand on étudie l'information – communication, quand précisément celle-ci vise d'ailleurs à « informer » ou à transformer le social (Cazenave, 2000), ou la perception qu'il a de lui-même. L'étude de ces phénomènes doit néanmoins et bien évidemment rester focalisée sur la dimension info-communicationnelle, et ne pas se transformer en une approche purement et seulement sociologique, qui ne distinguerait alors plus la dimension communicationnelle à l'œuvre dans la société.

Proposition 3

En tant qu'elle est référentielle et située, la communication suppose l'analyse de ce qui n'est pas elle (enjeux économiques, pratiques réelles des acteurs, situations, jeu des corps, actions...), à défaut de quoi l'analyse s'en tiendrait aux discours et aux signes, et ne saurait les comprendre de et dans la place qu'ils ont dans le réel.

L'approche contextuelle et située des phénomènes communicationnels nous permet de comprendre comment ils sont insérés socialement, et comment ils accompagnent la vie sociale. Cette « référentialisation » ou cette « contextualisation » de la communication est effectuée différemment par les chercheurs, suivant qu'ils étudient le cadre économique dans lequel s'insère et duquel relèvent les industries culturelles (Bouquillion, 2008 ; Mæglin, 2008), les échanges professionnels (Grosjean M., Lacoste, 1999 ; Bonneville, Grosjean S., 2007), ou les pratiques culturelles (Granjon, 2009 ; Le Marec, 2007 ; Bourdeloie, 2007), en recourant pour ce faire à l'économie, à la linguistique, voire aux sciences de gestion pour comprendre le cadre dans lequel s'inscrivent les pratiques communicationnellement étudiées. L'héritage renouvelé de l'ethnométhodologie (Garfinkel, 1967 ; Cooren, 2010 b ; Quettier *et al.*, 2010) nous paraît ici, par

exemple, essentiel pour produire une approche de la communication en situation (Lacoste, 2001 ; Fornel, Quéré, 1999) qui ne soit pas déréalisante, bien qu'on puisse l'accuser de l'être, par focalisation, quand elle-même méconnaît la dimension économique, sociale et politique, qu'elle ne veut pas voir préexister aux situations.

Proposition 4

Si la communication est l'objet du chercheur, elle n'est pas toute, et n'est pas en soi « constitutive » ; elle ne forme pas seule la réalité, qui est matérielle et non langagière, sémiotique ou communicationnelle. La communication est une partie des effets de la matière.

La prééminence souvent donnée au signe ou au communicationnel ainsi qu'à leur capacité de « faire exister », de constituer (Taylor, 2006) une réalité, imaginaire, symbolique ou même réelle, nous invite à formuler en contrepoint une « ontologie matérielle » dans laquelle l'information – communication ne serait qu'un élément du monde, et non sa racine fondatrice. De même, l'information (Segal, 2003) ne saurait, en confondant les niveaux scientifiques, être posée comme élément fondateur du monde (interconnexion neuronales, échanges cellulaires, vie animale...) sans procéder à une érosion grave du sens du terme. Le monde, et la matière, excèdent donc la communication, et ne se réduisent pas à elle. Toute autre vision nous paraît théologique (johannique), syncrétique, déréalisante, voire excessivement lacanienne, quelle que soit la banalité plate et certes intellectuellement moins stimulante de la proposition avancée ici.

Proposition 5

Si la communication peut être action, en contexte, toute action n'est pas communication.

Parler peut constituer un acte, en relation avec un cadre comprenant d'autres actions (Austin, 1970 ; Gramaccia, 2001), mais toute action, évidemment susceptible d'être interprétée (Broise, 2003), et ainsi en partie ramenée à une information ou à de la communication, n'est pas pour autant « communication » en soi. Le champ de l'action doit nous semble-t-il être distingué du champ de la communication (Douyère, 2009), quand bien même leur imbrication serait reconnue. Un coup de poing, courir, prendre une décision ne sont pas en soi des signes communicationnels, mais des actions, susceptibles, ou non, d'une communication, ou d'être interprétées comme telles. La dimension « communicationnelle » est donc une propriété, une qualité possible du matériel, non sa connaturalité. L'esprit, en revanche, et le désir de communication, peut tout interpréter en phénomène communicationnel, téléologiquement orienté, et ce notamment dans une société dans laquelle « la

communication » et la réflexion sur les modalités de présentation de soi ont acquis une place dominante.

Proposition 6

Il n'est pas de communication sans mise en jeu du corps et de la matérialité.

Un certain nombre de recherches en communication montre la place et la mise en jeu du corps (Martin-Juchat, 2002), depuis la phonation jusqu'à l'échange oral et à l'utilisation de dispositifs techniques de communication (Kogan, 2009), en passant par les mouvements et les déplacements (Relieu, 1999 ; Bryon-Portet, 2010), dans la communication. Il semble que cet axe de recherche soit encore insuffisamment exploré, et quelque peu négligé ou du moins, peu présent de façon générale dans les approches de phénomènes communicationnels.

Proposition 7

Une attention doit être portée à ce qui disparaît, a disparu, n'apparaît pas (ne se « communique » pas), autant qu'à ce qui se porte en visibilité.

La difficulté des études en communication, ou leur biais possible, tient sans doute à la possibilité de ne se focaliser que sur ce qui se manifeste, et non à ce qui se tient en retrait, et n'apparaît pas, ou a cessé d'apparaître (Voirol, 2005). La recherche devrait alors faire un effort d'imagination ou de mémoire pour voir ce qui pourrait s'énoncer et qui ne s'énonce pas, ce qui est apparu et n'apparaît plus, lire « en creux », l'absent, le sans-trace – qu'il revienne de façon « spectrale » (Derrida, 1993 ; Cooren, 2010 a), ou non, en ses effets – afin que « la communication » reste un temps (et un espace) de l'être, et n'apparaisse pas comme sa totalité.

Proposition 8

La communication est « triviale » au sens où elle est mêlée à/de l'ordinaire.

La présence de supports de diffusion de sens et d'actions communicationnelles dans la vie quotidienne est telle qu'elle montre une « trivialité » (Jeanneret, 2008) de la communication, impensé ordinaire vecteur des échanges et messages qui montre la diversité des champs et objets à interroger, de l'étiquette d'une bouteille d'eau minérale au musée. Signes, réception de ces derniers et pratiques sont toutefois bien entendu à analyser, dans une perspective sémio-pragmatique (Odin, 2011).

Proposition 9

La communication est production de traces ou d'inscriptions, physiques, matérielles, ou cognitives.

Si la communication est (et elle l'est nécessairement) matérielle, elle peut produire des traces (Galinon-Méléneq, 2011) ou des inscriptions mentales, ou physiques. Les dispositifs de télécommunication peuvent être conçus pour laisser après les échanges de telles traces et inscriptions. Permettant une connaissance, la trace est support d'enquête, ou de contrôle. Elle ne dit toutefois pas tout de la communication mise en œuvre. Des traces peuvent être produites artificiellement, paraître pour telles. La communication peut aussi constituer dans l'effacement de traces, afin qu'elles ne « disent » pas.

Proposition 10

La communication est « incarnation » au sens où elle est matérielle, et figure, vient représenter et faire exister de l'« im-matériel ».

La proposition théorique de F. Cooren (2010) nous paraît intéressante au sens où elle articule l'idéal et le matériel, inscrit la communication à leur carrefour tout en la plaçant dans la matérialité (des corps et des gestes, de la parole, des objets). Y est en effet donné comme « incarnation » ce qui « anime », fait vivre et « figure » une valeur, une idée, qui trouve ainsi sa place dans la matérialité de l'échange. La communication ouvre d'autres « modes d'existence » (Bencherki, 2011) des choses.

Proposition 11

La communication se constitue de « formes symboliques » qui assurent en partie son efficacité.

La communication, par des discours et des images, par la construction de situations, et la mise en place de rituels (Bryon-Portet, 2010), contribue à créer des « formes » qui sont sans doute structurantes *de* et *dans* l'espace social, par la mobilisation de l'imaginaire (Coman, 2003), et qui en assurent l'efficacité (Floris, 1996). Une communication symbolique (Lardellier, 2002) apparaît ainsi qui semble délivrer du sens indépendamment des phénomènes discursifs, l'appropriation et la saisie de ce sens restant toutefois à connaître sur le terrain. Ces « formes symboliques » (Bratosin, 2007 ; Le Moëne) possèdent sans doute un caractère instituant, tant en organisation qu'en société. Il est difficile de déterminer si elles prolongent des formes symboliques présentes dans la culture, la raison (Cassirer, 1972), ou la nature, ceci excédant considérablement notre champ de recherche.

Proposition 12

La communication met en jeu des catégories anthropologiques comme la croyance et la confiance.

La croyance (Lambert, 2009) et la confiance (Le Marec, 2007) sont des dimensions de l'inscription dans une relation communicationnelle et se trouvent à l'œuvre dans la relation aux médias et aux dispositifs communicationnels, qu'elles soient vécues, ou suscitent leur opposé, scepticisme et défiance. Elles sont autant l'objet visé par le dispositif communicationnel qu'un éprouvé des acteurs face aux objets et projets communicationnels. Elles sont peut-être d'autant plus difficiles à penser que le chercheur s'en excepte volontiers...

Proposition 13

La transmission (de savoirs, d'une culture, d'un imaginaire) est communication.

La transmission éducative ou culturelle, mais aussi d'un imaginaire (Winkel, 2011), quelles que soient ses modalités (enseignement, texte, image, rite, geste...), nous semble relever de la communication en tant qu'elle est mise à disposition de sens par un dispositif de médiations. La transmission patrimoniale culturelle (Davallon, 2006), la transmission religieuse relèvent ainsi de la communication. L'approche médiologique (Debray, 1997) nous sembler amputer la communication d'un de ses vecteurs conséquents à vouloir la poser en domaine séparé. Cette transmission relève de dimensions sociales, économiques et politiques, et met en jeu des questions de pouvoir et d'identité, tant dans ses manifestations que ses occultations. La non-transmission est également signifiante. A se manifester comme communication, la transmission fait apparaître la communication comme indissociable de l'altérité (ou de l'altérisation – de soi) et du « don ».

Proposition 14

La communication n'est pas séparable de l'information ; parler d'information – communication permet de rappeler que l'information se transmet et se communique, que la communication peut muter en information.

Quoi qu'en dise D. Wolton (2009 a) ou D. Bougnoux (2004), l'information ne nous paraît pas séparable de la communication (Miège, 2004) : l'une et l'autre s'imbriquent, quand bien même elles seraient parfois (en organisation, par exemple), distinguables ; l'information doit être communiquée, la communication souvent informe... Les modalités de recherche et d'investigation de ces phénomènes toutefois varient, et, malheureusement, ne se croisent sans doute pas assez dans les sciences de l'information et de la communication françaises. L'information aussi

créé (ou du moins, figure) du lien social, et la communication n'est pas seulement échange.

Proposition 15

La communication est d'emblée langagière, ou image, et ces dimensions ne peuvent être écartées en portant l'accent sur les seuls dispositifs techniques ou médiatiques.

Il nous semble que l'accent porté sur les pratiques technicisées ou médiatisées de communication ne doit pas omettre de porter intérêt à la dimension langagière de la communication, première, au même titre que l'image et la production d'un signe graphique. Il serait paradoxal que les sciences de l'information et de la communication, distinguées des sciences du langage pour appréhender des phénomènes plus globaux (Bautier, 2007) en viennent à omettre la dimension langagière (Boutet, 2010) et discursive (Oger, 2007 ; Krieg-Planque, 2007), pourtant fondamentale en matière de communication. La critique du recours au langage ou à l'image (l'iconoclasme ou la théologie apophatique en sont des exemples) sont des questions qui relèvent aussi du communicationnel.

Proposition 16

La rhétorique et l'argumentation sont des éléments fondamentaux de la communication, et en structurent le contenu autant qu'elles ordonnent le projet communicationnel et conditionnent son efficience.

La construction rhétorique (Aristote, IV^e s. av. JC) est centrale dans la communication discursive et visuelle. Non seulement elle est l'une des origines de la communication (Bautier, 1994) mais elle est essentielle dans son rôle social et politique. L'argumentation apparaît ainsi comme un outil dans la mise en œuvre de la communication et de la décision, élément de constitution de l'autonomie et de l'affirmation du sujet (Breton, 1998, 2008). L'ordonnancement du propos communiqué peut être séquencé, comme dans la rhétorique traditionnelle ou fragmenté (les « éléments de langage »), épars, à composer soi-même à partir de ressources pré-construites (kits de communication).

Proposition 17

La communication est fréquemment représentée comme dialogue ou échange d'égal à égal ; si cette définition idéal-typique n'est pas suffisante, celle-ci ne peut être cependant écartée du champ de la compréhension de ce qu'est la communication pour les acteurs, voire pour les chercheurs.

La situation dialogique (Weigand, 2010) est souvent pensée, à la suite du *Ich und Du* moral et philosophique de Martin Buber (1923), comme le modèle même de la communication qui, dialogique (Craig, 2009 a), ne saurait exister que dans l'échange, à défaut de quoi il conviendrait plutôt de parler de propagande. Cette correspondance de la communication avec la « relation » nous semble fortement présente par exemple dans l'œuvre de D. Wolton. Nous préférons donner une définition plus élargie de la communication, qui suppose qu'un échange soit possible par la production et la diffusion de sens, et lui assimiler la propagande, qui est l'un de ses anciens noms (avec « rhétorique » et « relations publiques »). Cette définition relationnelle de la communication, applicable en anthropologie de la communication ou dans une approche interactionniste, doit toutefois être connue comme un « idéal type » de certains chercheurs, ou une restriction conceptuelle courante, et ne saurait par conséquent être négligée.

Proposition 18

La communication est fondamentalement médiation, voire re-ligion au sens pseudo-étymologique de religio, relier ; elle est un dispositif, une ingénierie ou une science du « lien » social.

Poser la communication comme médiation (Lamizet, 2000) et dispositif tendant à une ingénierie sociale est complexe car cela correspond à une idéologie de la communication autant qu'à une position de recherche. Les travaux de D. Wolton (2009 b, par ex.) insistent sur cette dimension de lien et sur la fonction « communautaire » de la communication. Comme ensemble de dispositifs d'échanges et de diffusion, la communication concourt à la constitution sociale, aux côtés d'autres fondements anthropologiques (structures de la parenté, du travail, etc.). Les « mécanismes de l'échange », le langage, le signe et l'image font partie de la société humaine, et, sans doute, la rendent possible, mais ils ne sont pas les seuls. L'étude de la communication sociale et politique, notamment territoriale, et de la communication en entreprise laisse par ailleurs voir que « la communication » est pensée comme un levier de transformation ou de constitution du social (Floris, 1996 ; Almeida, 2001). L'étude des dispositifs participatifs laisse aussi penser combien l'incitation à la communication est une forme d'ingénierie du social. Derrière cette proposition, apparaît aussi l'idée que la « communication » occidentale contemporaine, idéologie de l'échange et de la diffusion, pourrait être une transposition laïcisée de la religion, ou partagerait avec elle certaines perspectives (Riondet, 2008).

Proposition 19

Il convient de dissocier la modélisation technique de la télécommunication de l'analyse des phénomènes et situations communicationnels, ou en tout état de cause

de ne pas réduire ceux-ci à celle là, quand bien même elle indiquerait et rappellerait la réalité physico-matérielle de la communication.

Le modèle de Shannon et Weaver (émetteur/récepteur) doit être définitivement et clairement récusé, entendu comme modèle de télécommunication, qui est une abstraction de la communication (Musso, 1997), et remplacé par un modèle polyphonique (Winkin, 1996) et éclaté. Si cette position paraît une évidence à la plupart des chercheurs en sciences de l'information et de la communication, mais heurte certains (Michel, 1992), il faut reconnaître que ce modèle, largement diffusé en écoles et formations professionnelles, reste persistant dans de nombreuses strates du social. Il serait sans doute nécessaire de mettre fin de façon plus explicite à ce modèle d'ingénierie de la télécommunication, et de penser la communication dans sa diversité, sa polyphonie, de penser le destinataire non adressé, etc. Une dissémination de la communication, plus qu'un envoi ciblé.

Proposition 20

La communication a été en partie instrumentée par la technique, qui a eu pour but de suppléer et d'« enrichir » l'humain ; cette technique ne réalise pas nécessairement l'ensemble du processus communicationnel, mais en ouvre des possibilités.

La place de la technique et des « machines à communiquer » (Schaeffer, 1970, 1972) est essentielle dans le processus communicationnel (Haye, 1984), même si elle ne lui est pas consubstantielle, et n'est pas première. L'invention dans l'usage, la diversité des orientations données à ces outils (Perriault, 1989) de diffusion et d'amplification du texte, de la voix, de l'image, fait partie des phénomènes communicationnels à étudier, qui ont un sens anthropologique (Gingras, 2005). A quel point les prothèses de la communication englobent-elles celle-ci au point que cette dernière semble ne plus pouvoir exister en dehors d'elles reste une question. Car le développement de la technique et l'instrumentation de l'échange correspondent aussi à un développement de la mise en marché de la communication.

Proposition 21

La communication doit être pensée dans l'espace et le temps.

Si la communication a pu être pensée comme processuelle (Le Moëne) ou « allagmatique » (Carayol, 2004), en mutation, c'est qu'elle s'inscrit dans la durée, entre le temps long et la constitution de « l'événement » (Arquembourg, 2003). Non seulement elle s'inscrit dans l'histoire (Cazenave, 2000 ; Perriault, 1989), mais elle se développe dans une durée, tout en scandant le temps, du fait de la « chronogénèse » (Maldiney, 1990) humaine. Etudier des phénomènes de

communication suppose donc de les inscrire dans le temps, de les observer longuement (la « longue durée »), mais aussi dans l'espace. Au-delà de la dispersion territoriale, la dimension spatiale de la communication, notamment en organisation (Vasquez, 2010), est importante, et encore faiblement étudiée, au-delà des « rapprochements » apparents proposés par l'internet.

Proposition 22

La communication doit être distinguée de « la com », cette dernière, produite par les se-disant professionnels du domaine, devant, qu'elle soit « participative » ou non, être entendue comme production de messages organisée dans une visée d'emporter l'adhésion, héritière de la propagande et des relations publiques, et qui a pour but l'occupation de l'espace et le surpassement de tout autre discours.

« La communication » (que nous proposons ici d'appeler « la com ») est un ensemble d'activités professionnelles visant à assurer, par la production d'un certain nombre de médiations et de supports, d'outils (intranet, internet, affiches, images, discours...), l'adhésion à un corpus idéologique ou à orienter l'action, de façon plus ou moins explicite ; cette discipline professionnelle, héritière de la propagande, s'est à ce point développée qu'elle a fini par se confondre avec la communication entendue comme production et mise en circulation de sens, échange, qui accompagne le travail comme l'ensemble des activités sociales, sinon à chercher à se substituer à elle. Le fait que l'une soit prise pour l'autre est aujourd'hui bien embarrassant.

Proposition 23

L'information – communication est liée aux dispositifs de pouvoir – prise, maintien, contrôle, désignation de celui-ci –, et n'est pas séparable d'une position de pouvoir.

Le lien entre communication, autorité (*auctoritas*) et pouvoir est essentiel à nos yeux en ceci que la communication est pouvoir de faire exister et de dire, de nommer, qu'elle vise à une emprise et à une imprégnation des discours. La communication, entendue comme possibilité de diffusion, vise à imposer une « version des faits », à constituer une (la) réalité. Elle possède une dimension possiblement totalitaire (Faye, 1972). Les pouvoirs, et contre-pouvoirs, se dotent d'outils de communication destinés à asseoir ou à développer leur légitimité. C'est bien sûr la question de l'idéologie (Olivesi, 2004) qui est posée ici, fruit ou racine de la communication. Le fait de ne pas présupposer *a priori* une approche de pouvoir dans le cadre d'une recherche ne doit pas aboutir à ce que l'on n'en voie jamais les traces au cours de la recherche elle-même... Ce qui permet de se rappeler cette dimension réside dans la position des acteurs (égalité ou non), et dans un certain nombre de faits (titres, dimension symbolique, moyens financiers...) et d'éléments

matériels. A défaut de quoi une approche communicationnelle risquerait d'être définitivement idéalisante... et d'être stigmatisée comme telle par des chercheurs (sociologues, historiens) qui ont la réalité matérielle comme perspective. La domination peut être un effet de la communication, ou avoir celle-ci pour signe. Celle-ci en constitue, en tout cas, un outil.

Proposition 24

La médiatisation, qui n'est qu'une partie de la communication, doit être comprise également dans ses enjeux économiques, industriels, techniques, sociaux et politiques.

Que la communication soit une ressource et un vecteur du capitalisme a été bien compris par Marx (Haye, 1980). Les médias et la médiatisation doivent nous sembler-il être inscrits dans leur contexte économique et politique (Bouquillion, 2008). La communication exerce une fonction sociale (Miège, 1989 ; Neveu, 2001), en mutation, destinée à occulter ou à transformer la perception de certains enjeux. L'attention portée aux situations de terrain et aux élaborations ou aux imaginaires théoriques ne doit pas faire oublier la pertinence d'une économie politique de la communication (Mattelart, 1976 ; Garnham, 1990 ; Miège, 2004 b), et d'une inscription des phénomènes communicationnels dans leur contexte économique, politique et social (Kiyindou, 2010).

Proposition 25

Investiguer les phénomènes communicationnels et penser les théorisations de la communication suppose une approche à la fois sociale et historique, d'observation des pratiques en situation, des objets, et d'analyse des discours et documents.

Une approche combinée des discours et des usages (Perriault, 2002) et pratiques (Bourdieu, 1972), dans une mise en perspective historique, nous paraît nécessaire pour comprendre les phénomènes communicationnels dans leur dimension sociale et politique, sémiotique et langagière, discursive et matérielle (Ollivier, 2007). L'articulation est complexe, mais une approche unique nous semble courir le risque de déconnecter un phénomène de ses enjeux majeurs. Cette conjonction, toutefois, suffit-elle à définir les sciences de la communication ? Non, elle en rappelle toutefois la nécessaire combinatoire, inscription, ou l'importance de l'échange entre des chercheurs engagés dans l'une ou l'autre de ces approches, quand bien même ils ne se consacraient qu'à l'une d'entre elles. C'est donc à la conscience de l'existence et de la constitution d'un champ (Craig, 2009 a), et de positions nécessairement ponctuelles et réduites dans ce champ, qu'il convient autant que possible de rendre attentives et dialoguantes, qu'appelle l'investigation des phénomènes communicationnels, contre une théorie généralisée.

*

* *

Ces vingt-cinq propositions, dont la forme évite de poser une théorie, permettent, selon nous, de penser et d'analyser les phénomènes communicationnels de façon large et constituent une façon de poser que « la communication » existe, et n'est pas seulement un idéal-type, un idéal rationaliste habermassien, la résultante d'actions médiatiques ou institutionnelles, ou la trace d'une dimension religieuse réactivée de façon laïque qui serait devenue une figure sociale dominante : elle désigne un ensemble de pratiques, qui ne sont qu'une partie de la réalité, mais nous éclairent sur celle-ci pour peu que notre approche se donne un cadre, et des limites. C'est, en effet, en pratique, ou dans les théorisations dont elle fait l'objet, qu'il convient, nous semble-t-il, d'étudier la communication, dans ses différentes dimensions.

Certaines questions sont bien sûr absentes de cette approche, comme le genre, l'âge, la santé, la diversité culturelle, la question psychiatrique, ou par exemple, des aspects matériels liés à la phonation, non que nous ne les tenions pas pour importantes, mais que notre recherche ne nous a pas permis jusqu'à présent de les élaborer de façon consistante. Des domaines nous sont également étrangers, comme l'art interactif et multimédia, ou le jeu, qui n'ont pu guider ce tracé. Les références données ici sont indicatives d'approches, et ne forment pas annuaire ni liste des lectures ou des recherches de qualité menées en communication, ni de celles qui ont alimenté de quelque façon cette réflexion, évidemment bien plus nombreuses.

Les propositions données ici, qui circulent entre les frontières de l'audace, de la nécessité, du ridicule, et de l'évidence, et sont quelque fois redondantes, ou de niveau inégal, et parfois superficielles, inscrivent la représentation de ce que nous avons aperçu comme relevant du communicationnel au cours d'une recherche multiple qui s'est efforcée d'en relever des expressions et dispositifs tant en organisation que dans la culture et la société, et dans les modalités d'expression religieuse (Douyère, 2011 et 2010 : a et b) ; elles constituent des « marqueurs » de cette – et pour une – recherche. Si nous nous refusons à toute « théorie » de la communication, des fragments épars, comme expression brisée d'une totalité, nous semblent pouvoir être communiqués pour tracer les contours de cette dynamique communicationnelle, observée et analysée, et tenter un dialogue entre des approches différentes.

La question, en réalité, est peut-être plutôt celle de l'inscription dans l'écriture (Gingras, 2004 ; Douyère, 2006) de la pluralité de ces approches, quand souvent seulement l'une d'elle sera abordée dans un article. Si la citation et la référence bibliographique ne suffisent pas toujours à les inscrire, suspectées d'obédience stratégique et parfois in-signifiantes (Olivesi, 2007), la mention des autres dimensions de la question paraît en effet nécessaire afin d'éviter que le nécessaire et inévitable biais épistémologique (il y a toujours des biais) ne se pose en voie unique et n'exclue d'autres réalités. Si tout ne peut être étudié en même temps, rappeler que l'objet s'inscrit dans des dimensions multiples, et ne se réduit pas à ce que le chercheur en dit, est utile. A défaut de quoi des pans entiers du monde vont disparaître, à ses yeux du moins. S'agit-il de réinventer la systémique sans système, par le texte et le fragment, et de répéter la complexité (Morin, 2005) ? Il s'agit plutôt d'un « ne pas oublier » (que), inscrit dans la recherche.

Une théorie est, disent les psychanalystes (Mannoni, 1979), une croyance temporaire qui accompagne et légitime une action. Le présent *patchwork* théorique accompagne et exprime une pratique de recherche. Il constitue en quelque sorte un « ce que je crois » épistémologique, avec toute la réserve et la relativité que l'expression para-confessionnelle exprime. Comme tout tissu, même de pensée, il vieillira et se transformera. Des lambeaux en tomberont, des morceaux s'y grefferont. Il se nourrira de l'échange scientifique et des dialogues* et travaux menés en épistémologie de la communication.

« Communiquer » signifie certes échanger, mais aussi donner, relier, transmettre (« Communication des ouvrages », lit-on sur les bureaux des « banques de salle » de la Bibliothèque nationale de France), être ouvert sur. Communiquer signifie et impose une distance (Michel, 1992). Comme le « pont » du *Dialogue* de Catherine de Sienne (Douyère, 2011 c), la communication relie un espace à un autre. Convient-il toutefois d'unifier ces sens ? La notion d'altérité et la constitution d'un lien, cependant, en résultent. La communication n'existerait que dans l'altérité ou l'« altérisation » et la distance, don établi pour constituer un lien, dans un contexte économique, politique et social donné.

La communication dès lors peut constituer une arme (Douyère, 2010 a) ou un outil qui peut viser à « supprimer » l'autre, à faire comme s'il n'existait pas, à le

* L'auteur voudrait ici remercier les collègues qui se sont prêtés à l'analyse et à la discussion de ce texte, Pierre Barboza, Roger Bautier, Arlette Bouzon, François Cooren, Pierre Delcambre, Daiana Dula, Olivier Koch, Joëlle Le Marec, Pierre Mœglin et les participants du « petitSéminaire », les membres de l'équipe « Organicom » du Lerass, à Toulouse, ainsi que tous ceux qui ont bien voulu le lire et lui donner leur avis, notamment Frédéric Lambert, Christian Le Moëne, Odile Riondet. Il remercie également les organisateurs du *workshop* Essachess « Epistémologie de la communication » (8.12.11) à Toulouse pour avoir ouvert et animé un espace de réflexion sur cette question.

ramener à soi, ou à le faire apparaître, ou à échanger et construire du sens avec lui... Elle peut refuser de donner, ou donner ce qui n'est pas (et dont on veut). Elle contribue toutefois à la construction d'un monde.

Références

- Almeida, N. d' (2001). *Les Promesses de la communication*. Paris : PUF.
- Aristote (IVe s. avt.J-C). *Rhétorique*, trad. Pierre Chiron. Paris : Flammarion.
- Arquembourg, J. (2003). *Le temps des événements médiatiques*. Bruxelles : INA-de Boeck.
- Austin, J. L. (1970). *Quand dire c'est faire*, Paris : Le Seuil.
- Bautier, R. (2009). Le sens et le social menacés au sein des SIC ? *Les Cahiers de la Sfsic*, 4, 12–13.
- Bautier, R. (2007). Rallier les sciences de l'information et de la communication dans les années 70. *Questions de communication*, 12, 149–161, 464–465.
- Bautier, R. (1994). *De la rhétorique à la communication*. Grenoble : PUG.
- Bencherki, N. (2011). Quel mode d'existence pour l'organisation ? *Revue internationale de communication sociale et publique (RICSP)*, Uqàm, Montréal, 5, 75-92.
- Bonneville, L., Grosjean, S. (dir.), (2007). *Repenser la communication dans les organisations*. Paris : l'Harmattan.
- Bougnoux, D. (2004). *Introduction aux sciences de la communication*. Paris: La Découverte.
- Bouquillion, P. (2008). *Les Industries de la culture et de la communication : les stratégies du capitalisme*. Grenoble : PUG.
- Bourdeloie, H. (2005). Le multimédia muséal et artistique et la légitimité culturelle. In L. Viera, N. Pinède-Wojciechowski (dir.), *Enjeux et usages des TIC, Aspects sociaux et culturels* (tome 1). Bordeaux : PUB.
- Bourdieu, P. (1972). *Esquisse d'une théorie de la pratique*. Paris : Le Seuil, 2000.
- Boutet, J. (2010). *Le Pouvoir des mots*. Paris : La Dispute.
- Bratosin, Ş. (2007). *La Concertation dans le paradigme du mythe : de la pratique au sens*. Bern : Peter Lang.
- Breton, P. (2008). *Convaincre sans manipuler, apprendre à argumenter*. Paris : La Découverte.
- Breton, P. (1998). *La parole manipulée*. Paris : La Découverte.

- Broise P. de la (2003) (dir.). *L'interprétation : objets et méthodes de recherche*. Villeneuve d'Ascq : Université Charles-de-Gaulle-Lille 3.
- Bryon-Portet, C. (2010). Etude sémiotique d'une communication fondée sur la contextualisation et les processus : du rôle des représentations symboliques et pratiques rituelles de la franc-maçonnerie. *Nouveaux Actes sémiotiques*, <http://revues.unilim.fr/nas/document.php?id=3296>.
- Buber, M. (1923). *Je et Tu*, trad. G. Bianquis. Paris : Aubier Montaigne, 1969.
- Carayol, V. (2004). *Communication organisationnelle : une perspective allagmatique*. Paris : l'Harmattan.
- Cassirer, E. (1972). *La Philosophie des formes symboliques*, trad. Ole Hansen-Løve, Jean Lacoste, Claude Fronty. Paris : Minuit.
- Cazenave, É., Bautier, R. (2000). *Les Origines d'une conception moderne de la communication*. Grenoble : PUG.
- Coman, M. (2003). *Pour une anthropologie des médias*. Grenoble : PUG.
- Cooren, F. (2010 a). *Action and Agency in Dialogue: Passion, incarnation, and ventriloquism*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.
- Cooren, F. (2010 b). Ventriloquie, performativité et communication: Ou comment fait-on parler les choses ? *Réseaux*, 28, 35–54.
- Cooren, F. (2010 c). Le cahier des charges d'un (méta-)modèle constitutif de la communication : une proposition. *Revue internationale de communication sociale et publique (RICSP)*, Uqàm, Montréal, 3-4, 103-122.
- Craig, R. (2009 a). Réflexions sur « la communication en tant que champ d'études ». *Revue internationale de communication sociale et publique (RICSP)*, Uqàm, Montréal, 1, 1-42.
- Craig, R. (2009 b). Réflexions sur « la communication en tant que champ d'études ». *Revue internationale de communication sociale et publique (RICSP)*, Uqàm, Montréal, 2, 1-6.
- Davallon, J. (2006). *Le Don du patrimoine : une approche communicationnelle de la patrimonialisation*. Paris : Hermès science publications, Lavoisier.
- Debray, R. (1997). *Transmettre*. Paris : Odile Jacob.
- Derrida, J. (1993). *Spectres de Marx*. Paris : Galilée.
- Douyère, D. (2011 a). La prière assistée par ordinateur. *Médium*, 27, 140–154.
- Douyère, D. (2011 b). Communication: on being an angel, Incarnation and angelic communication in medieval Christian theology: modern reflections, starting with Thomas Aquinas's Summa Theologica. Trad. John Doherty. *Communication and Critical / Cultural Studies*, NCA, 8/2, 188–193 (<http://www.informaworld.com/smpp/content~db=all~content=a937176644~frm=title link>).
- Douyère, D. (2011 c). De l'usage chrétien des médias à une théologie de la communication : le père Emile Gabel. *Le Temps des Médias*, 17, 64-72.

- Douyère, D. (2011 d). Politique de la connaissance, système d'information et transformation de la fonction HSCT chez Selenis. *Système d'information et management (SIM)*, 16/1, 153–184 (<http://www.revuesim.org/sim/article/view/311>).
- Douyère, D. (2011 e). On the representation of a dialogue with God: Catherine of Siena and mystical communication. Trad. John Doherty, in François Cooren, Alain Létourneau (dir.), *Dialogue and Representation*, International Association for Dialogue Analysis. Amsterdam, Philadelphia : John Benjamins Publishing (*à paraître*).
- Douyère, D. (2010 a). Une organisation fondée pour communiquer : l'Ordre des frères prêcheurs (1215-1228). In C. Loneux, B. Parent (dir.), *Communication des organisations : recherches récentes* (tome 1, 145–152). Paris : L'Harmattan.
- Douyère, D. (2010 b). La communication sociale : une perspective de l'Église catholique ? Jean Devèze et la critique de la notion de « communication sociale ». *Revue internationale de communication sociale et publique (RICSP)*, Uqàm, Montréal, 3-4, 73–86 (http://www.revuescp.uqam.ca/numero/n3-4/pdf/RICSP_Douyere_2010.pdf).
- Douyère, D. (2010 c). Encyclopédie et réseaux de contributeurs de l'Encyclopédie française à Wikipédia. In R. & J. Bonnet, D. Raichvarg, *Les Savoirs communicants, entre histoire, usages et innovations* (27–34). Dijon : éditions universitaires.
- Douyère, D. (2009). Communication sur les risques et la santé au travail et réorganisation de la fonction sécurité : la communication comme voile ou comme cause ? *Actes du colloque Nouvelles tendances en communication organisationnelle*, 77^e Congrès de l'ACFAS, Université d'Ottawa, Grico, 2009, en ligne sur http://www.grico.uottawa.ca/fra/documents/Douyere_ACFAS_2009.pdf.
- Douyère, D. (2008). Publication collaborative sur un intranet et processus éditorial. In E. Broudoux, G. Chartron (dir.), *Traitements et pratiques documentaires, vers un changement de paradigme ?*, Document numérique et société, 2^e conf. (223–240). Paris : ADBS.
- Douyère, D. (2006). Réciprocité de l'observation et représentations de l'observateur : quelle trace dans la restitution écrite d'une enquête de terrain en entreprise ? In A. Bouzon, V. Meyer (dir.), *La Communication organisationnelle en question : méthodes et méthodologies* (73–86). Paris : L'Harmattan.
- Escarpit, R. (1976, 1991). *Théorie générale de l'information et de la communication*. Paris : Hachette.
- Faye, J.-P. (1972). *Langages totalitaires, critique de l'économie narrative*. Paris : Hermann.
- Floris, B. (1996). *La Communication managériale*. Grenoble : PUG.
- Fornel, M. de, Quéré, L. (dir.) (1999). *La Logique des situations, Nouveaux regards sur l'écologie des activités sociales*. Paris : Ehes.
- Galinon-Méléneç, B. (dir.) (2011). *L'Homme trace, Perspectives anthropologiques des traces contemporaines*. Paris : CNRS éditions.
- Garfinkel, H. (1967). *Studies in ethnomethodology*. Englewood Cliffs, N.J.,: Prentice-Hall.
- Garnham, N. (1990). *Capitalism and Communication. Global Culture and the Economics of Information*. Londres : Sage.

- Gingras, Y. (2005). *Éloge de l'homo techno-logicus*. Montréal : Fides.
- Gingras, Y. (2004). Réflexivité et sociologie de la connaissance scientifique. In L. Pinto, G. Sapiro, P. Champagne (dir.), M.-C. Riviere, *Pierre Bourdieu sociologue* (337–347). Paris : Fayard.
- Gramaccia, G. (2001). *Les Actes de langage dans les organisations*. Paris : L'Harmattan.
- Granjon F., (2009). Inégalités numériques et reconnaissance sociale. Des usages populaires de l'informatique connectée. *Les Cahiers du numérique*, 5/1, 19–45.
- Grosjean, M., Lacoste, M. (1999). *Communication et intelligence collective, le travail à l'hôpital*. Paris : PUF.
- Haye, Y. de la (1984). *Dissonances, Critique de la communication*. Bagnole : La Pensée sauvage.
- Haye, Y. de la (1980). *Marx and Engels on the means of communication*. New York/Bagnole : International General.
- Houdart, S., Thiery, O. (dir.) (2011). *Humains, non-humains, Comment repeupler les sciences sociales*. Paris : La Découverte.
- Jeanneret, Y. (2008). *Penser la trivialité* (vol.1). Paris : Hermès.
- Kiyindou, A. (2010). *Technologies de l'information et de la communication. Enjeux et usages pour le développement*. Paris : Hermes Lavoisier.
- Kogan, A.-F. (2009). La mise en jeu du corps dans l'activité de téléphonie. *Études de communication*, 2/33, 171–186.
- Krieg-Planque, A. (2007). Travailler les discours dans la pluridisciplinarité. Exemples d'une « manière de faire » en analyse du discours. In S. Bonnafous, M. Temmar (dir.), *Analyse du discours et sciences humaines et sociales* (57–71). Paris : Ophrys.
- Lacoste, M. (2001). Peut-on travailler sans communiquer ? In A. Borzeix, B. Fraenkel, *Langage et Travail, communication, cognition, action* (21–53). Paris : CNRS.
- Lambert, F. (2009). Images, langages et médias : essai pour une sémiotique de la croyance. In C. Leteinturier, R. Le Champion (dir.), *Médias, information et communication*. Paris : Ellipses.
- Lamizet, B. (2000). *La Médiation culturelle*. Paris : L'Harmattan.
- Lardellier, P. (2002). *Théorie du lien rituel, Anthropologie et communication*. Paris : L'Harmattan.
- Le Marec, J. (2007). *Publics et musées : la confiance éprouvée*. Paris : L'Harmattan.
- Le Marec, J. (2001). Ce que le « terrain » fait aux concepts : vers une théorie des composites, mémoire d'HDR. Université Paris 7.
- Maldiney, H. (1990). *Aîtres de la langue et demeures de la pensée*. Lausanne : L'Âge d'Homme.
- Mannoni, M. (1979). *La Théorie comme fiction*. Paris : Le Seuil.
- Martin-Juchat, F. (2002). Anthropologie du corps communicant. *MEI*, 15, 55–66.

- Mattelart, A. (1976). *Multinationales et systèmes de communication : les appareils idéologiques de l'impérialisme*. Paris : Anthropos,
- Mattelart, A. & M. (2004). *Histoire des théories de la communication*. Paris : La Découverte.
- Michel, J.-L. (1992). *La Distanciation, essai sur la société médiatique*. Paris : L'Harmattan.
- Miège, B. (2004 a). *L'Information-communication, objet de connaissance*. Bruxelles : de Boeck, Ina.
- Miège, B. (2004 b). L'Économie politique de la communication. *Hermès*, 38, 46–54.
- Miège, B. (1989). *La Société conquise par la communication, 1- Logiques sociales*. Grenoble : PUG (1996).
- Mœglin, P. (2008). Penser la diversité des industries culturelles et médiatiques. In *Eutic 2007 : Challenges and Uses of Information and Communication Technologies* (t.1, 34–41). Athens : Gutenberg.
- Morin, E. (2005). *Introduction à la pensée complexe*. Paris : Le Seuil.
- Musso, P. (1997). *Télécommunications et philosophie des réseaux, la postérité paradoxale de Saint-Simon*. Paris : PUF.
- Neveu, É. (2001). *Une société de communication ?* (3e éd.). Paris : Montchrestien.
- Odin, R. (2011). *Les Espaces de communication. Introduction à la sémio-pragmatique*. Grenoble : PUG.
- Oger, C. (2007). Analyse de discours et sciences de l'information et de la communication ; au-delà des corpus et des méthodes. In S. Bonnafous, M. Temmar (dir.), *Analyse du discours et sciences humaines et sociales* (23–38). Paris : Ophrys.
- Olivesi, S. (2007). *Référence, déférence : une sociologie de la citation*. Paris : L'Harmattan.
- Olivesi, S. (2004). *Questions de méthode, une critique de la connaissance pour les sciences de la communication*. Paris : L'Harmattan.
- Ollivier, B. (2007). *Les Sciences de la communication*. Paris : Colin.
- Perriault, J. (2002). *L'Accès au savoir en ligne*. Paris : Odile Jacob.
- Perriault, J. (1989). *La Logique de l'usage : essai sur les machines à communiquer*. Paris : Flammarion.
- Peyrelong, M.-F. (2002). Apports et implications de l'approche par le document. http://hal.archives-ouvertes.fr/docs/00/06/26/42/PDF/sic_00001516.pdf.
- Quettier, P., Hachour, H., Loubiere, P. (2010). Contribution ethnométhodologique à l'épistémologie des sciences de l'information-communication. In *XVIIe congrès de la Sfsic*, Dijon, <http://tabarqa.u-bourgogne.fr/outils/OconfS/index.php/SIC/SFSIC17/paper/view/143>.
- Relieu, M. (1999). Travaux en public. La dynamique d'une situation problématique. In M. de Fornel, L. Quéré (dir.), *La logique des situations. Nouveaux regards sur l'écologie des activités sociales, Raisons Pratiques* (10, 35–55). Paris : Ehes.

- Riondet, O. (2008). Communication and religion. *Revista romana de comunicare si relatii publice* (Bucarest) 13, 103–108. Trad. fr. : La célébration communicationnelle. http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00153740.
- Schaeffer, P. (1970, 1972). *Les Machines à communiquer* (2 vols). Paris : Le Seuil.
- Segal, J. (2003). *Le zéro et le un : histoire de la notion scientifique d'information au 20e siècle*. Paris : Syllepse.
- Taylor, J. R., Van Every, E. J. (Eds.) (2006). *Communication as organizing. Practical approaches to research into the dynamic of text and conversation*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Vasquez, C. (2010). Espacer l'organisation: Penser l'organisation comme effet et processus. In C. Loneux, B. Parent (dir.), *Communication des organisations : recherches récentes* (tome 1). Paris : L'Harmattan.
- Voirol, O. (2005). Visibilité et invisibilité : une introduction. *Réseaux*, 129-130/1-2, 9–36.
- Weigand, E. (2010). *Dialogue : the mixed game*. Amsterdam : John Benjamins.
- Winkel, A. van de (2011). Légendes urbaines, construction identitaire et lien social : une relation complexe... In J. Katambwe (dir.), *Communication et lien social*. Québec : Presses de l'Université Laval.
- Winkin, Y., (1996). *Anthropologie de la communication*. Bruxelles : de Boeck.
- Wolton, D. (2009 a). *Informer n'est pas communiquer*. Paris : CNRS.
- Wolton, D. (2009 b). *McLuhan ne répond plus. Communiquer c'est cohabiter*. La Tour d'Aigues : l'Aube, 2009.