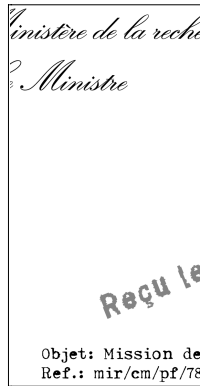


Préambule

Thierry Lancien

Université de Paris VIII



À travers les contributions ici présentées, sous la forme d'articles, d'entretiens ou de compte-rendu de débats, le présent numéro de la revue *MÉI* reprend directement la thématique abordée lors d'une journée d'étude organisée en décembre 2000 à l'Université de Paris VIII par le Groupe d'étude et de recherche sur les dispositifs et les acteurs de la communication (GRÉDAC).

En réunissant des chercheurs français et étrangers, il s'agissait alors de questionner les rapports entre recherche et société dans le domaine de la communication. Il avait en effet paru aux initiateurs de ce projet qu'à l'heure où s'intensifient les échanges d'enseignants-chercheurs et d'étudiants, notamment dans le cadre européen d'Erasmus, il était important d'entreprendre depuis nos différents contextes nationaux, institutionnels et culturels, un travail de comparaison relatif au domaine de la communication dans nos différents pays.

Démarche comparatiste qui se justifie pleinement car comme le rappellent dans le présent numéro Armand Mattelart ou encore Michel Sénécal, citant à ce propos Gaétan Tremblay, la communication peut certes obéir à des règles générales transculturelles mais elle est aussi « *produit et partie de la culture* » et « *prend forme dans une société spécifique dont elle est la création originale, résultant d'une dialectique des intérêts, des aspirations des groupes qui la composent et des rapports qui la traversent* ».

Établir un lien étroit entre communication, recherche et société, c'était aussi refuser les simples inventaires thématiques ou institution-

nels pour chercher à analyser ce qui dans l'univers social alimente, motive, contraint ou justifie la recherche en communication.

S'il existe de nombreux liens et échos entre les différentes contributions, il n'est pas question de les répertorier ici, mais nous voudrions par contre évoquer les quatre grands questionnements qui traversent tous les textes que l'on va lire.

Le premier concerne les rapports entre les études portant sur la communication et les disciplines universitaires.

Cette question peut être abordée sous l'angle généalogique lorsque l'on cherche comme Giuseppe Richeri, Yves Winkin, Michel Sénécal, ou Patricio Tupper à repérer les différents apports disciplinaires dans la recherche en communication. Si l'on retrouve souvent les mêmes disciplines dans ces généalogies (par exemple la linguistique ou la sociologie), il est important de constater comme le fait Michel Sénécal que celles-ci ne sont pas simplement transférées d'un pays à un autre mais sont à resituer dans des contextes qui sont marqués par « *l'histoire même du développement des systèmes de communication* ». De son côté, Yves Winkin montre bien comment les influences disciplinaires sont indissociables, en Belgique, des courants de pensée dans lesquels elles s'inscrivent.

Si historiquement la recherche en communication s'est donc faite à travers des transferts de compétences acquises dans d'autres disciplines, il reste qu'aujourd'hui la question est souvent posée de savoir quels peuvent être les rapports entre objets et problématiques de recherche en communication et champs disciplinaires.

La recherche en communication peut-elle être menée dans d'autres disciplines, dans une interdiscipline ou encore dans une discipline propre qui serait celle de la communication ?

Si Armand Mattelart plaide pour « *une mise en synergie des disciplines* » et regrette que des recherches en communication soient parfois menées dans certaines disciplines sans que les chercheurs tiennent compte des savoirs produits dans l'interdiscipline qui est la nôtre, Miquel de Moragas craint lui que la recherche comme l'enseignement de la communication ne se coupe de ses ancrages disciplinaires, comme celui de la sociologie. Dans un point de vue proche, Yves Winkin estime que l'étudiant comme le chercheur en communication doit garder un ancrage disciplinaire fort. Philip Schlesinger quant à lui opte pour une approche interdisciplinaire dans l'étude des médias même s'il reconnaît que cette interdisciplinarité peut être synonyme de faiblesse en « *dissipant notre reconnaissance universitaire* ». On aura reconnu là des débats qui sont d'une forte actualité dans notre communauté et il est intéressant de remarquer qu'ils semblent tout aussi essentiels pour nos collègues étrangers.

La question des thématiques de recherche en communication, de leurs permanences, de leurs tendances et de leurs développements futurs est étroitement liée à celle des disciplines. Armand Mattelart insiste par exemple sur le fait que de plus en plus les jeunes

chercheurs, auxquels s'intéressent aussi Hélène Cardy et Pascal Froisart, vont « *puiser à l'extérieur de l'info/com des méthodologies et des approches* », ce qui rend d'ailleurs difficile la direction de leurs recherches. Gilles Delavaud quant à lui montre que des travaux tout à fait novateurs, comme ceux sur l'intermédialité, sont menés eux aussi depuis d'autres disciplines.

Mais à côté de cet aspect disciplinaire, c'est bien sûr aussi la question de la portée sociale de la recherche qui est posée. Janine Delatte, Anolga Rodionoff et Marie Thonon inventorient un certain nombre de carences dans les thèmes de recherche retenus par les organismes publics et notent que « *seul un programme refondateur pourrait travailler à prendre la mesure des changements actuels et fournir pour la recherche les instruments nécessaires pour les penser* ». L'inventaire que nous avons mené dans quatre revues du domaine de l'information / communication montre lui aussi une grande stabilité des thèmes et donc un certain manque d'ouverture aux questions plus contemporaines. De son côté Miquel de Moragas relève les dix grands défis que la recherche en communication doit à son avis relever par rapport aux changements qui se produisent dans la société espagnole mais aussi au niveau international.

À côté de la question des disciplines et de celle des thématiques, il nous semble important que dans les contributions qui suivent les problèmes de recherche n'aient pas été dissociés de ceux de l'enseignement. Cela peut être, comme chez Miquel de Moragas, pour montrer qu'en Espagne l'extraordinaire essor des enseignements en information et communication semble avoir nui au développement de la recherche, en obligeant les enseignants-chercheurs à réaliser des « travaux appliqués » comme les livres de texte, les manuels et les résumés pédagogiques.

La plupart de nos auteurs soulèvent d'autre part la question délicate du rapport entre théorie et pratique dans les enseignements en information et communication. La tendance à la professionnalisation qui semble dominer dans les différents pays évoqués conduirait à délaisser des enseignements théoriques, notamment en sciences sociales, sans pour autant d'ailleurs préparer les étudiants à des métiers où les évolutions sont rapides. De telles tendances affecteraient bien sûr aussi la recherche, ne serait-ce qu'à travers la formation dispensée aux futurs chercheurs.

Le quatrième grand axe de réflexion qui traverse les contributions qui suivent concerne les rapports qui se tissent entre recherche et société en termes de statut de la recherche, de rôles et de missions, de conditionnements, de rapports avec les acteurs, de diffusion dans le social et aussi bien sûr de financement et de prise en charge.

Les propos d'Armand Mattelart nous permettent ainsi de mettre en perspective ces questions puisqu'en remontant aux années quatre-vingt, il nous montre combien il a été difficile, selon ses propres termes, de « *reconnaitre et identifier les enjeux d'une culture de plus en plus liée à l'industrie, à la technique et au marché* ». Si l'on considère que la recherche

en communication a bien à produire des connaissances et des repères qui puissent éclairer les pratiques et les usages, il faut reconnaître avec Armand Mattelart que la socialisation des problématiques de l'appropriation des technologies a du mal à se faire.

Dans un rapport qui a fait date, lui-même et Yves Stourdzé proposaient des solutions pour le statut et la diffusion de la recherche en communication et appelaient de leurs vœux une vraie politique de la communication, comme le faisait de son côté Robert Escarpit à qui nous rendons ici hommage à travers deux courts textes qui ouvrent et clôturent le *Livre blanc de la communication* paru en 1982 et donnent la tonalité de son engagement.

En ce qui concerne le statut et les missions de la recherche en communication, Giuseppe Richeri et Miquel de Moragas insistent sur le fait qu'en Espagne comme en Italie la recherche universitaire indépendante se voit marginalisée par la privatisation de grandes entreprises publiques qui a entraîné dans son mouvement la privatisation de la recherche qui doit d'autre part répondre désormais à des commandes précises.

Philip Schlesinger de son côté analyse les logiques économiques et institutionnelles qui régissent la recherche en Grande-Bretagne et craint que même dans le cas d'une recherche menée en rapport avec des politiques publiques, celle-ci ne soit finalement assujettie à la prise de décision et doive donc satisfaire à un souci d'efficacité immédiate.

Comme Giuseppe Richeri, Philip Schlesinger regrette d'autre part que la recherche sur les médias échappe aux universitaires au profit des consultants et des professionnels et que du même coup les chercheurs aient une influence publique extrêmement réduite. Yves Winkin de son côté distingue la recherche finalisée, menée notamment avec des organismes publics belges, de la recherche fondamentale qui souffre d'un manque de jeunes chercheurs en troisième cycle.

Si les différentes contributions montrent donc que la recherche universitaire et publique en communication est en crise dans plusieurs pays d'Europe et au Canada comme au Québec, elles contiennent aussi des propositions qui peuvent avoir valeur de programme.

C'est le cas avec Philip Schlesinger qui propose que la recherche se recentre sur « *davantage de théories et de concepts* » et soit capable au-delà d'un impératif d'utilité immédiate, d'entreprendre des travaux historiques qui permettront « *d'identifier les tendances, de décrire les motivations et les stratégies* » du domaine de la communication et plus particulièrement des médias.

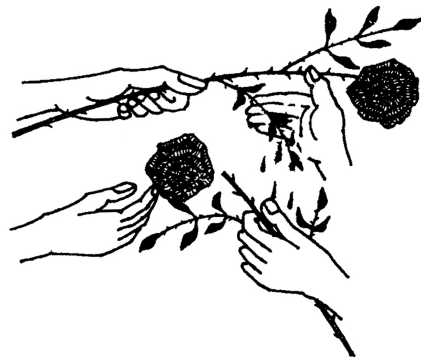
Miquel de Moragas de son côté présente un certain nombre de problématiques de recherche qui sont pour lui autant de défis auxquels doit répondre la recherche en se recentrant sur les sciences sociales.

Si Armand Mattelart plaide lui aussi pour une recherche plus historique, capable de faire la généalogie des systèmes, des concepts et des usages, il revient à Michel Sénécal, à travers la mise en perspective historique qu'il propose, de nous rappeler que la définition des problématiques de nos recherches est indissociable des contextes socio-historiques dans lesquels elles naissent, ce qui justifie pleinement la pluralité des points de vue ici présentés.

ROBERT ESCARPIT

LIVRE BLANC

DE LA COMMUNICATION



L A S I C
(CNRS – UNIVERSITE DE GASCOGNE)
MAISON DES SCIENCES DE L'HOMME D'AQUITAINE
BORDEAUX
1982

Avant-propos

Au cours de ma carrière de chercheur, j'ai souvent rédigé des rapports pour répondre à des questions que me posaient sur les problèmes de communication des responsables politiques français, étrangers ou internationaux.

La formation de recherche que j'ai fondée et que je dirige, continue à répondre aux questions qu'on lui pose. Au moment où je m'apprete à en quitter la direction, j'ai le sentiment que toutes les questions n'ont pas été posées. J'ai donc décidé de donner quelques-unes des réponses que j'aurais fournies si on me les avait demandées. Quelque part dans les pages qui suivent, je souligne la nécessité de « l'expression spontanée » du chercheur et j'évoque à ce sujet l'exemple de mon ami Haroun Tazieff devant la Soufrière.

Haroun Tazieff, en l'occurrence, n'aurait pas eu le temps d'écrire un livre blanc des volcans. La communication va moins vite, malheureusement, que les éruptions volcaniques, mais le phénomène est aussi incontrôlable.

Je voudrais, moi aussi, apporter ma contribution à la prévention d'une catastrophe celle que constituerait le déclin d'un pays dont je suis citoyen, d'une culture que j'ai faite mienne, d'une liberté pour laquelle j'ai combattu. Cette catastrophe se produira si l'on ne prend pas à temps les mesures nécessaires. Parmi ces mesures, il en est une, importante et urgente, que je connais bien par la théorie comme par la pratique et qui conditionne non seulement la science, l'art, la littérature, le développement social, économique, intellectuel, mais aussi l'exercice de la démocratie c'est la formulation, le choix et la mise en œuvre d'une politique de la communication.

Mon métier est de formuler. La communauté m'a payé depuis quarante-trois ans pour l'apprendre et le pratiquer à bon escient et en conscience. Je formule donc, espérant ainsi m'acquitter d'une partie de ma dette.

Robert Escarpit
16 janvier 1982

Conclusion

Ce document ne prétendait ni dresser un bilan exhaustif des problèmes posés par la communication, ni leur apporter des solutions toutes faites. La décision appartient aux responsables politiques et leur tâche n'est pas facile. On aura compris en lisant les pages qui précèdent que l'évolution de la communication en France dépend de l'évolution de la France elle-même, mais il est certain aussi que si la France ne se dote pas d'un appareil de communication à la mesure de ses ambitions, elle risque d'être déçue dans ses espoirs.

Le sentiment général qu'on a voulu exprimer est que notre pays dispose de ressources considérables et d'une organisation relativement solide, qu'il ne manque ni de savoir-faire, ni de talents, mais que des habitudes de pensée invétérées, des comportements politiques stéréotypés, des routines administratives et une certaine pesanteur sociologique l'ont empêché jusqu'ici de se doter d'un outil de communication qui lui permette de tirer parti d'un héritage parfois écrasant.

La démocratie française est née du centralisme et de l'étatisme, mais il faut maintenant qu'elle assume sa maturité, qu'elle entre dans l'âge du pluralisme non seulement accepté, mais recherché comme un moyen de s'épanouir. Or il n'y a pas de pluralisme sans communication et il n'y a pas de communication sans pouvoir d'informer dévolu à l'individu et à la petite communauté. On ne doit pas cesser de se référer à la vie associative, à la dimension régionale et locale, à la réalité du vécu quotidien des individus.

Peu importe que les suggestions qui sont faites ci-dessus ne soient pas toutes suivies d'effet : il est permis de rêver, c'est même impératif pour un chercheur. L'essentiel est qu'on accepte l'idée que le changement doit se donner les moyens d'être effectif et que, parmi ces moyens, un des plus efficaces est certainement une politique inventive, audacieuse, mais réfléchie et coordonnée, de la communication.