

## Les SIC approche spécifique d'une recherche en communication mondialisée

Eric Dacheux

► **To cite this version:**

Eric Dacheux. Les SIC approche spécifique d'une recherche en communication mondialisée. Les sciences de l'information et de la communication, CNRS éditions, collection les Essentiels, pp.9-36, 2009. <sic\_00531493>

**HAL Id: sic\_00531493**

**[https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic\\_00531493](https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00531493)**

Submitted on 2 Nov 2010

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

# Présentation générale

## Les SIC, approche spécifique d'une recherche en communication mondialisée

*Eric Dacheux*

Comme toute science, les sciences de l'information et de la communication (SIC) remettent en cause les idées reçues. En effet, pour les uns, la communication est synonyme d'écoute, d'échange, d'ouverture à l'autre. Source de compréhension, elle est l'ange pacifique qui construit un lien social durable. Pour les autres, au contraire, la communication, c'est la publicité, le marketing, les relations publiques : un art de la manipulation qui, comme un cancer, ronge la démocratie. Le savoir élaboré par les SIC permet de mettre à distance ces deux visions simplistes.

La communication est souvent associée à la notion de compréhension. Communiquer c'est se comprendre, une communication est réussie quand chacun parvient à se mettre d'accord. Cette vision naïve se retrouve dans les propos des étudiants<sup>1</sup>, mais aussi, comme l'indique Philippe Breton (1992), dans beaucoup de discours consacrés aux technologies de la communication. L'idée, formalisée par Norman Wiener, le père de la cybernétique, étant qu'en échangeant des informations en temps et en heure, on parvient à éviter les conflits. Pourtant, les travaux des chercheurs en SIC insistent, au contraire, sur l'impossibilité d'une compréhension totale.

En réalité, se comprendre parfaitement est presque impossible. Nous sommes des individus ayant des corps, des cerveaux, des expériences différentes. Nous interprétons librement ce que l'on nous dit à l'aide de références culturelles qui ne sont pas forcément celles des personnes qui s'adressent à nous. Nous utilisons des codes (langue, musique, danse, etc.) sans les maîtriser totalement. Nous sommes enclins à des sentiments qui nous bouleversent (amour, peur, douleur, etc.) mais que l'on ne sait traduire qu'imparfaitement. De fait, nous sommes confrontés au paradoxe suivant : nous communiquons pour mieux nous comprendre et, se faisant, générons de l'incompréhension. C'est ce paradoxe qui explique les difficultés quotidiennes de la communication entre les individus. Or, ces problèmes d'expression, de compréhension ainsi que les maux psychologiques (timidité, frustration, etc.) et sociaux (violence, racisme, etc.) qu'ils alimentent, conduisent, presque mécaniquement, à rêver d'un monde où la compréhension réciproque serait parfaite. On retrouve des traces de ce rêve, dans les discours entourant le lancement de chaque nouvel outil de communication (la radio, la télévision, Internet, etc.), mais on en retrouve également des traces dans le mythe de Babel et les projets de langue universelle qui, de Descartes (1629) à Zamenhof (1887), traversent les siècles<sup>2</sup>.

Loin de cette vision enchantée de la communication perdue, depuis Platon et sa prévention à l'égard de **la rhétorique\***, une vision soupçonneuse, voire carrément hostile. La communication est un instrument, un outil pour convaincre l'autre de faire ce qu'on lui dit, un média qui vend du temps de cerveau disponible à des annonceurs. La communication n'est pas du côté de la raison, mais de la séduction. Elle ne vise pas le vrai mais le vraisemblable. Elle n'ouvre pas à l'autre, elle permet de le manipuler. D'ailleurs, ce que l'on appelait, jadis, les agences de publicité, ne sont-elles pas devenues, aujourd'hui, des agences de communication qui développent avec les mêmes méthodes et les mêmes outils des campagnes fort ruineuses pour des marques de lessives, des candidats aux élections, des ONG caritatives ? Plus grave, loin d'être une utopie pacifiste, la communication n'est-elle pas une idéologie marchande ? Sous prétexte de briser les frontières de l'information, de casser les monopoles étatiques audiovisuels, le droit à la communication ne vise-t-il pas, en réalité, qu'à étendre la main mise libérale sur un secteur clef de l'économie : les industries culturelles ? Enfin, la plupart des techniques de communication que l'on présente comme des progrès humains, ne sont-elles pas, à l'origine, des inventions à usages militaires destinées à accroître le pouvoir de l'État sur son territoire et celui de ses voisins ?

En vérité, comme le souligne D. Wolton (1997), à la suite de J. Habermas (1997), la communication est un processus profondément ambivalent, profondément ambigu. C'est, tout à la fois, la promesse d'un monde plus démocratique (« un agir communicationnel orienté vers l'intercompréhension » pour reprendre les termes du philosophe allemand) et le reflet d'un monde dominé par l'intérêt (« un agir instrumental qui pervertit le principe de publicité »). C'est cette ambivalence qui fait toute la richesse de la communication et justifie son intérêt scientifique. Les SIC permettent de sortir du prêt-à-penser. Elles conçoivent la communication comme une relation humaine, le ciment de la construction d'un monde commun, une industrie de la connaissance.

En effet, la communication est une relation humaine, elle participe à l'élaboration de liens sociaux qui sont marqués par l'intrication étroite de la passion et de l'intérêt, de la tradition et de la modernité, du hasard et du projet. La communication est ce qui permet, dans une perspective **constructiviste\***, à des êtres humains radicalement différents les uns des autres de construire un monde commun, une réalité commune propre à une culture donnée (Watzlavick, 1978), ce qui bien entendu pose la question, à l'heure de la globalisation, de la difficile rencontre des cultures. La communication est aussi, c'est la partie la plus visible de l'iceberg, une industrie, ou plutôt un secteur industriel qui englobe, les médias, la publicité, le conseil, les parcs d'attraction, la télécommunication, l'informatique. Ce secteur est central dans la construction d'une société de la connaissance que les élites européennes cherchent à faire advenir. C'est pourquoi la science, autre acteur central, doit s'y intéresser. C'est tout à l'honneur des SIC que de dépasser les discours militants pour rendre compte des enjeux sociaux, culturels et économiques de la communication. Mais, que recouvre exactement ce sigle un peu abrupt de « SIC » ?

## Les sciences de l'information et de la communication : essai de définition

Nous venons de le voir, comme toutes les sciences sociales, les SIC permettent de remettre en cause les idées toutes faites et de restituer, dans toute sa complexité, un objet (ici la communication). Pour le dire autrement, les SIC sont les sciences qui ont pour objet de comprendre non pas « les » outils de communications, mais « la » communication. Il s'agit donc, pour les SIC, de restituer toutes les dimensions (symboliques, politiques, économiques) d'une communication humaine qui, au niveau des individus comme à celui de la société, est **ontologiquement\*** ambivalente. Cette première définition est nécessaire mais pas suffisante. Pour deux raisons au moins. D'une part, d'autres disciplines s'intéressent à la communication : la philosophie, la sociologie et la psychosociologie, par exemple. D'autre part, les SIC étudient la communication dans des domaines où elle n'est que l'un des aspects de terrains d'études beaucoup plus vastes : la politique, l'organisation, la science, etc. Il faut donc compléter cette définition par l'objet (la communication) par deux éléments complémentaires : la volonté de penser ensemble « information et communication », le désir de travailler en interdisciplinarité.

### *Penser ensemble l'information et la communication*

L'appellation « Sciences de l'information et de la communication » n'est guère employée au-delà de l'aire francophone. Dans les pays anglophones, par exemple, « l'information science » et les « *Communication Studies* » sont deux domaines distincts. En France, une telle coupure **épistémologique\*** est perçue contre productive : « l'information est le contenu de la communication et la communication le véhicule de l'information » affirme Robert Escarpit<sup>3</sup> ; « Réduite à son expression la plus simple, notre idée était que la communication est un processus dont l'information est le contenu » confirme Jean Meyriat<sup>4</sup>. Or, cette unité entre information et communication est pensée de manière bien différente suivant les auteurs. Sans prétendre à l'exhaustivité, on peut repérer au moins quatre positions académiques :

- **la symétrie des deux notions.** Dans la lignée de R. Escarpit et J. Meyriat, de nombreux chercheurs continuent à défendre l'idée qu'information et communication sont les deux faces d'une même pièce. Ainsi, à la lumière des travaux sur l'hypertexte, Claude Baltz affirme qu'il « n'y a pas d'information sans communication et vice-versa »<sup>5</sup> ;

- **l'antagonisme entre les deux termes.** Pour d'autres chercheurs, l'unité des SIC est, au contraire, nécessaire pour bien comprendre les relations conflictuelles entre deux processus sociaux distincts. Ainsi D. Bougnoux (1995) parle de relations « antagonistes complémentaires », tandis que E. Dacheux développe l'idée de « **relations asymétriques\*** »<sup>6</sup> ;

- **la complémentarité entre les deux sciences.** Les sciences de l'information et les sciences de la communication sont, chacune, deux carrefours pluridisciplinaires possédant chacun un objet précis. Mais, justement, l'intérêt des SIC, c'est de rapprocher ces deux types d'analyse pour mieux comprendre l'émergence d'une société en réseau (Ollivier, 2007)<sup>7</sup> ;

- **l'existence d'un objet « information-communication ».** Cette position, minoritaire, défendue par B. Miège consiste à justifier l'unité des SIC, par l'unité de l'objet analysé : « Il convient par contre d'insister sur le fait que l'information et la communication ont toujours été reliées d'une façon ou d'une autre (...) » (Miège, 2004, p. 20).

Ces différentes manières de justifier l'existence des SIC ne portent pas sur le même niveau d'analyse. Cette confusion du débat **épistémologique\*** est, certes, le témoignage d'une certaine faiblesse théorique pouvant remettre en cause la crédibilité scientifique de cette nouvelle approche. Mais, c'est surtout la marque incontestable d'une volonté académique d'asseoir cette recherche novatrice non sur des axiomes indémontrables ou des justifications socio-économiques contemporaines, mais sur un véritable débat scientifique sur les fondements de cette discipline. Ou, plutôt, interdiscipline...

#### *Le désir d'interdisciplinarité*

Des manuels d'introduction aux sciences de l'information et de la communication (Breton, Proulx, 1988; Bougnoux, 1998; Pedler ; 2000, Ollivier, 2007) aux ouvrages grand public de chercheurs reconnus (Mattelart, 1995; Wolton, 1997 ; Miège, 2004), on retrouve toujours l'idée selon laquelle l'extraordinaire hétérogénéité de l'objet commande l'adoption d'approches plurielles. Idée présente chez les fondateurs des SIC en France, qui ont pris soin d'utiliser le pluriel pour définir la nouvelle section du Comité consultatif des universités qu'ils appelaient de leurs vœux : « Or, cette interdiscipline est une discipline : c'est ce qu'entend affirmer le fait même de lui donner un nom. Autrement dit, il y a une problématique propre à l'information et à la communication, et en se laissant guider par elle, on doit parvenir à dégager une théorie de ces phénomènes qui serait autre chose qu'une juxtaposition des éclairages latéraux fournis par d'autres disciplines. Cette interdiscipline est plurielle, comme le signifie son nom « les sciences de l'information et de la communication ». Il y a pluralité d'objets, d'objectifs théoriques, de finalités professionnelles. Mais cette pluralité est interne à une unité que nous avons voulue affirmer (...) », explique ainsi Jean Meyriat<sup>8</sup>, premier président (1972) du Comité des sciences de l'information et de la communication qui, par la suite, deviendra la Société française des sciences de l'information et de la communication.

Or, cette interdisciplinarité des SIC est réelle mais limitée par une double séparation :

1 - Séparation de l'objet. La division entre communication technologique<sup>9</sup> d'un côté et communication en face à face de l'autre, conduit souvent, dans le premier cas, à sous-évaluer les **dimensions**

**symboliques et interactionnistes\*** de la communication et, dans le second, à minimiser **les dimensions techniques et idéologiques\*** des communications humaines.

2 - Séparation des ordres. Les études en communication tendent à se limiter à un ordre principal : le politique (analyses communicationnelles du gouvernement, des partis politiques, des ONG, etc.) ou l'économique (analyse communicationnelle des entreprises, des industries culturelles, des institutions financières internationales, etc.). Quand les SIC articulent des ordres différents, elles le font par paire : ordre politique et ordre symbolique dans l'étude de la communication politique ; ordre économique et ordre symbolique dans les analyses se réclamant de l'économie de la communication. Les SIC doivent donc pousser plus avant leur interdisciplinarité en prenant en compte, simultanément, ces trois ordres (le politique, l'économique, le symbolique).

Résumons-nous, les SIC sont l'appellation française des recherches nouvelles qui portent sur la communication. Ces recherches visent à restituer l'ambivalence et les multiples dimensions de la communication humaine et rendent visibles la dimension communicationnelle de nombreux phénomènes (le management, l'éducation, etc.). Ce sont des sciences humaines et sociales qui se veulent interdisciplinaires. Elles cherchent, enfin, à asseoir leur regard spécifique à partir de l'étude des relations entre information et communication. Cette triple spécificité caractérise les SIC, elle est le fruit de l'histoire de la recherche en communication sur un territoire singulier : la France.

### ***Histoire institutionnelle des SIC***

Le 25 février 1972, à l'initiative de trois enseignants chercheurs appartenant à trois disciplines différentes : Robert Escarpit (Études littéraires), Roland Barthes (Linguistique), Jean Meyriat (Documentation), se réunissent une quarantaine de personnes qui décident de créer un Comité des sciences de l'information et de la communication. Ce comité, présidé par Jean Meyriat, a pour objectif l'insertion des SIC dans le système universitaire français. Effectivement, après beaucoup de discussions dans les couloirs des ministères, ce comité de personnalités influentes, obtient, le 20 janvier 1975, un arrêté créant une 52<sup>e</sup> section du CCU\*<sup>10</sup> intitulée « Sciences de l'information et de la communication » : les SIC sont nées. Ce résumé est l'histoire institutionnelle, officielle, des SIC. Mais même dans un ouvrage très limité en volume, on ne peut pas s'en tenir là.

Premièrement, ces intellectuels n'étaient pas de purs esprits, ils appartenaient à des institutions. Par exemple, R. Barthes, G. Frideman et E. Morin, appartenaient à un centre de recherche de l'École pratique des hautes études en sciences sociales, le CECMAS (Centre d'études des communications de masse) créé en 1962 et qui publiait une revue « *Communications* » donnant une visibilité certaine à ce type de recherche. De même, l'existence de centres de recherches comme l'Institut Français de Presse (Ifp) fondé en 1946 ou le CELSA (Centre d'études littéraires et scientifiques appliquées) créé, en 1963, à la Sorbonne, avait déjà labouré le terrain institutionnel.

Deuxièmement, les trois pères fondateurs et les membres du Comité ne sont que la partie immergée de l'Iceberg. Des gens comme Pierre Schaeffer, fondateur du service recherche de l'ORTF\*, François Richeaudeau et ses travaux sur la lisibilité, Jacques Ellul et ses réflexions pénétrantes sur la technique puis la propagande, Paul Henry Chombart de Lauwe (1975) qui fait de la communication une des « aspirations fondamentales » de l'homme et tant d'autres comme Abraham Moles ou Jean Cazeneuve qui sont, aujourd'hui, si peu cités ont, eux aussi, apporté une contribution importante aux débats d'idées favorisant l'émergence des SIC.

Troisièmement, il est clair que cette opportunité offerte à un nouveau courant de recherche s'inscrit dans le droit fil de mai 1968 et la volonté de réformer, en profondeur, un système universitaire français sclérosé. Enfin, ce développement des SIC en France s'explique aussi par une demande sociale forte en matière d'enseignement professionnel. En effet, les enseignants chercheurs furent principalement recrutés dans des IUT, formation courte, permettant de former en deux ans des étudiants à des métiers en pleine expansion comme la documentation, la publicité ou la communication d'entreprise<sup>11</sup>. L'émergence des SIC n'est donc pas uniquement le produit d'un combat d'idées mené par une poignée de visionnaires, c'est, aussi et surtout, le fruit d'une évolution sociale et idéologique propre à la société française. Cependant, les SIC, c'est que nous voudrions souligner dans cet ouvrage, s'inscrivent aussi dans un contexte beaucoup plus vaste qui fait émerger, en Occident, au XX<sup>e</sup>, des recherches sur la communication.

## **Une recherche en communication qui s'inscrit dans une histoire intellectuelle internationale**

L'émergence des SIC en France s'enracine dans une histoire plus large (géographiquement) et plus profonde (historiquement). En effet, au début du XX<sup>e</sup>, le développement des médias de masse (presse, cinéma, radio, télé) partout dans le monde, leur importance progressive dans la vie politique des démocraties et leur utilisation massive par les régimes didactoriaux ont engendré, en Europe et aux États-Unis, de nombreuses recherches critiques et **empiriques\*** qui rejaillissent inévitablement dans le monde académique francophone. D'autant plus que, à la fin des années quarante, la publication des travaux théoriques de Shannon (sur la théorie mathématique de la communication) et ceux de Wiener (sur la cybernétique) vont créer des paradigmes transdisciplinaires nouveaux qui marqueront la recherche française<sup>12</sup>. Par ailleurs, les recherches militaires débouchent sur la conception d'outils comme l'ordinateur ou le satellite, qui vont non seulement assurer une certaine suprématie militaire aux États-Unis, mais aussi donner naissance à de puissantes industries de la communication.

L'**hégémonie\*** de ces industries américaines sera fortement contestée par les pays du Sud qui mèneront de grandes batailles politiques et intellectuelles à l'UNESCO afin d'obtenir un Nouvel ordre mondial de l'information et de la communication qui n'entérine pas la domination américaine. En vain,

mais les échos de cette bataille perdue ont traversé le débat intellectuel français. De même, l'utilisation par les mouvements sociaux (dont l'Église) des moyens de communication comme la vidéo ou la radio pour exprimer, en Amérique du Sud et au Canada principalement, une forte contestation politique, va marquer la gauche française qui mettra à son programme la « libéralisation » de l'audiovisuel. On pourrait facilement multiplier les exemples de ce type. Cependant, il faut garder à l'esprit que l'émergence des recherches en communication ne trouve pas uniquement son origine dans les évolutions sociales, technologiques et idéologiques du XXI<sup>e</sup>.

En réalité, la réflexion sur la communication débute dès l'Antiquité grecque et la prévention de Socrate contre l'écriture (technique d'enregistrement qui dégrade la pensée en la matérialisant) et celle de Platon contre la Rhétorique (art du discours accusé de faire triompher le vraisemblable et non le vrai). Rhétorique qu'Aristote, lui, défendait comme étant l'art de « répondre » à la question que se pose un public potentiel, ce qui fait dire à Guillaume Soulez que la rhétorique est une « théorie du public logée dans une théorie du discours »<sup>13</sup>.

Les réflexions sur la rhétorique, l'art, le langage de l'Antiquité ont traversé les siècles. De la même manière, les textes de Montesquieu et Pascal qui se nourrissent de ces réflexions anciennes sont, aujourd'hui encore, revisités par les chercheurs s'interrogeant sur la communication. Interrogations qui se développent fortement, bien entendu, avec les Lumières et le surgissement d'une presse politique et qui vont encore s'amplifier, à la fin du dix-neuvième siècle, avec l'apparition des sciences sociales. Ces dernières interrogeant, dès leurs premiers travaux (Maigret, 2003), la place des médias et de la communication à l'âge des foules. C'est en puisant dans cet immense patrimoine intellectuel que vont se développer, au XX<sup>e</sup> siècle, les recherches sur la communication. Ces recherches académiques vont naître, aux États-Unis, au sein des « *Speech* », départements (le premier est créé en 1902) qui enseignent l'art de parler en public et au sein des écoles de journalisme dont la première voit le jour dans le Missouri en 1908. Elles connaîtront un rayonnement international entre les deux guerres grâce aux travaux de ceux qu'on nomme, à tort donc, les pères fondateurs des sciences de la communication : P. Lazarsfeld, H.D. Lasswell, C. Hovland, etc.

Les SIC ne sont qu'un des éléments de cette recherche qui se développe aujourd'hui au niveau mondial. Elle ne sont que l'une des manières d'appréhender la communication, il en existe bien d'autres, y compris en France, puisque de nombreux chercheurs se sont longtemps battus pour que la communication ne soit pas accaparée par une seule discipline. Filles des bouleversements du XX<sup>e</sup> siècle, les recherches en communication s'ancrent pourtant dans une tradition intellectuelle très ancienne tout en s'incarnant dans des institutions différentes d'un pays à l'autre. Quel est, au XXI<sup>e</sup> siècle, le paysage de cette recherche en France ?

**Une cartographie des SIC qui reste encore à établir**



Depuis 1977, l'effectif des enseignants chercheurs appartenant au SIC, c'est-à-dire, en jargon administratif, à la 71<sup>e</sup> section du CNU – organe officiel chargé d'auto réguler la discipline – a connu une croissance exceptionnelle : 13 % en moyenne entre 1977 et 2002 (contre 3 % pour l'ensemble des effectifs universitaires). Aujourd'hui, cette jeune discipline comporte plus de 1000 membres, ce qui la situe dans la moyenne – en terme d'effectifs – des disciplines du CNU, loin derrière la discipline reine (l'informatique), mais devant, par exemple, une discipline beaucoup plus ancienne comme la philosophie<sup>14</sup>. Ces chiffres sont difficiles à trouver, à actualiser et à utiliser en raison de la multiplicité des statuts universitaires d'une part et de la complexité croissante du système universitaire d'autres part. Mais ils indiquent clairement une tendance : l'installation progressive des SIC dans l'université française. Mais que font ces universitaires, sur quels sujets travaillent-ils ? La réponse, une fois encore n'est pas simple, car d'un manuel à l'autre, on ne retrouve pas forcément le même découpage, la même cartographie. Conscient de ce problème, la société savante regroupant les chercheurs en SIC (la **SFSIC\***) avait consacré son douzième colloque national à cette question, en lançant un « appel à communication » intitulé « Emergences et continuité dans la recherche en information et communication ».

En analysant les communication acceptées pour ce colloque<sup>15</sup> on pouvait identifier huit domaines de recherches : le premier, largement dominant, concernait « l'usage et l'appropriation des TIC », le second et le troisième s'intitulaient « genre et discours médiatique » et « médiations des savoirs, accès à l'information », loin derrière, en terme de fréquence, on retrouvait : « entreprise et organisation », « interculturalités, identités », « modélisations du processus de communication », « réception des médias, publics », « sémiotiques spécifiques ». Cette photographie partielle des différents territoires des SIC est à mettre en regard de la définition officielle du CNU qui présente ainsi les SIC : « Les Sciences de l'information et de la communication (SIC) recouvrent particulièrement :

- A. Les études sur les notions d'information et de communication, sur leurs relations, sur la nature des phénomènes et des pratiques ainsi désignés, de même que les différentes approches scientifiques qui s'y appliquent ;
- B. L'étude, d'une part, des processus, des productions et des usages de l'information et de la communication, d'autre part, de la conception et de la réception de celles-ci. Ainsi que l'étude des processus de médiation et de médiatisation.
- C. L'étude des acteurs, individuels et institutionnels, de l'information et de la communication, l'étude des professionnels (dont notamment les journalistes) et de leurs pratiques.
- D. L'étude de l'information, de son contenu, de ses systèmes sous l'angle des représentations, des significations ou des pratiques associées.
- E. L'étude des médias de communication et des industries culturelles sous leurs divers aspects<sup>16</sup>».

Ces deux regards sur les SIC n'embrassent pas toute la diversité des recherches en communication et masquent mal les frontières internes de la discipline, entre chercheurs spécialisés

dans le traitement de l'information et ceux travaillant sur les processus de communication d'un côté, et entre ceux s'intéressant prioritairement aux communications inter individuelles dans les groupes et ceux menant surtout des recherches sur les rapports entre communication et société de l'autre. De plus, ils ne rendent pas compte des découpages de la discipline que l'on retrouve dans les intitulés de cours dispensés dans les universités. En effet, dans ces dernières sont enseignées : les théories de la communication, l'expression communication, la communication politique, la communication des organisations, les nouvelles technologies, l'analyse des médias, la communication scientifique, etc.

Tous ces découpages ne sont pas forcément contradictoires, mais ils ne sont pas non plus spontanément complémentaires. Ils témoignent de la jeunesse et du dynamisme d'une discipline en constante évolution. Cependant, ils signalent aussi la faiblesse d'une recherche qui ne se donne pas les moyens d'identifier les territoires surexploités, sous exploités et à défricher ce qui, pourtant, augmenterait grandement sa lisibilité externe (vis-à-vis des chercheurs des autres disciplines), faciliterait l'orientation des doctorants et éviterait une trop forte dépendance des SIC aux commandes publiques, aujourd'hui orientées vers les enjeux économiques et sociaux des TIC.

## L'apport de la revue *Hermès*

Dirigée par le sociologue Dominique Wolton qui s'est longtemps opposé à l'existence d'une discipline visant à rendre compte de la communication, la revue *Hermès* a d'abord rappelé que la communauté des chercheurs en communication ne se réduisait pas aux enseignants chercheurs relevant des SIC. Des chercheurs en philosophie, sociologie et science politique, mais aussi en biologie, en **sciences cognitives\*** ou **éthologie\*** mènent, eux aussi, des recherches permettant de mieux comprendre la communication. Mais le rôle de cette revue ne s'est pas limité à ce rappel de la pluralité des recherches en communication, il fut et reste encore central à deux niveaux : conceptuel et institutionnel. Au niveau des idées, la revue a permis de pluraliser les approches de la communication.

Face à des études critiques d'inspiration marxiste encore très largement dominantes dans les années quatre vingt, la revue, dès son numéro 1 intitulé « Théorie politique et communication », a su ouvrir sur d'autres horizons théoriques en montrant l'importance des penseurs comme Popper ou Rawls ; en soulignant la centralité du concept d'espace public (*Hermès* n°4, 10, 13-14) ; en faisant connaître les études en réception (*Hermès* n°11-12) ; en montrant l'importance des **Cultural Studies\***, courant très méconnu en France ; en menant une politique constante d'ouverture internationale permettant à la communauté francophone de mieux connaître les travaux en provenance d'Amérique du Sud ; en combattant, enfin, inlassablement contre le **déterminisme technologique\*** d'une grande partie des élites. Ce rôle intellectuel clef s'est doublé d'un rôle institutionnel central : légitimer l'objet communication dans le monde académique en faisant appel à des chercheurs de renom (Abéles, Boudon, Touraine, etc.) ; rapprocher des courants théoriques qui s'ignoraient par l'intermédiaire d'un

comité de rédaction pluridisciplinaire regroupant chercheurs critiques et empiriques ; offrir, enfin, un lieu de publication reconnu pour les chercheurs en SIC.

Ces contributions intellectuelles et institutionnelles de la revue *Hermès* ont, peu à peu, permis de rapprocher les points de vues entre chercheurs défendant l'idée d'une discipline spécifique et ceux pensant que la richesse de la communication commande une approche pluri disciplinaire. En effet, on retrouve les tenants de la première position (Davallon, Miège, Ollivier, etc.) et ceux de la seconde (Wolton, Jaquinot-Delaunay, Maigret, etc.) dans le numéro 38 défendant l'intérêt des SIC (« Les sciences de l'information et de la communication : savoirs et pouvoirs »), comme dans le numéro 48 (« Racines oubliées des sciences de la communication ») montrant, cette fois ci, que l'on ne peut réduire l'histoire de la recherche en communication à celle de l'institutionnalisation des SIC.

Cette contribution essentielle de la revue *Hermès* à la constitution d'une communauté de chercheurs en communication permet aujourd'hui de développer ce domaine du savoir dans une institution centrale de la recherche française : le **CNRS\***. En effet, celui-ci a créé, à partir d'un noyau de chercheurs impliqués dans le comité de rédaction d'*Hermès*, un institut transdisciplinaire, l'Institut des sciences de la communication du CNRS (ISCC) qui étudie l'information et la communication, à la fois, comme condition de la production des connaissances et comme carrefour des relations entre sciences techniques et société.

Bien entendu, il existe de nombreuses autres revues scientifiques en communication (Communication, Questions de communication, Recherches en communication, etc.<sup>17</sup>), mais *Hermès* est importante car elle invite à replacer les SIC, spécificité française, dans un cadre plus vaste, la recherche en communication qui se développe à l'échelle mondiale depuis une cinquantaine d'années, c'est-à-dire depuis que les évolutions sociales (mobilité, exclusion, etc.), techniques (satellites, Internet, etc.) et économiques (industries de la communication, services à la personne, etc.) se combinent pour donner une visibilité sans précédent aux difficultés de l'information et de la communication dans des sociétés pluriculturelles. C'est l'objet de ce numéro que de rendre compte de cette insertion des SIC dans ce champ de recherche international de recherche.

## **Architecture de ce numéro**

L'ambition de ce numéro est donc double : cerner une discipline spécifique (les SIC) qui naît dans un contexte particulier (l'université française) et inscrire cette discipline dans un courant plus large : la recherche mondiale en communication. Pour ce faire, nous avons retravaillé sept textes parus dans deux numéros d'*Hermès* (13-14, 38). Les deux premiers développent une approche historique en montrant comment s'est développée la recherche en communication en France (E. Morin), et en Amérique du Sud (J. Martin-Barbéro).

Cette approche historique n'est pas uniquement centrée sur l'institutionnalisation de la recherche, elle aborde aussi la question de l'évolution des théories. Or, depuis une quinzaine d'années,

une question clef qui agite le milieu international de la recherche en communication est la portée exacte des résultats mis en lumière par les *Cultural Studies* (les études culturelles). Cette approche anglo-saxonne qui commence à peine à irriguer la recherche en SIC (Mattelart, Neveu, 2003) est perçue de manière très contrastée comme en témoigne, dans cet *Essentiel*, l'article de I. Ang (très favorable) et celui de J. Curran (très critique). Cette deuxième partie épistémologique sur un paradigme central de la recherche en communication est complétée par une troisième et dernière partie, elle aussi épistémologique, qui revient sur la définition scientifique des SIC (J-B Perret) et s'achève sur les apports des SIC (D. Wolton) à la compréhension de la communication.

Au final, cet *Essentiel* offre non pas un regard exhaustif sur la recherche en communication en France ou dans le monde, mais un socle de connaissances permettant à chacun de mieux saisir une discipline nouvelle, mais essentielle pour comprendre la société contemporaine.

### Références bibliographiques

- BOUGNOUX D., *Introduction aux sciences de la communication*, Paris, La Découverte, 1998.
- BRETON P., *L'utopie de la communication*, Paris, La découverte, 1992.
- BRETON P., PROULX S., *L'explosion de la communication*, Paris, La découverte, 1988.
- CHOMBART DE LAUWE P.-H., *La Culture et le pouvoir*, Paris, Stock, 1975.
- HABERMAS J., *Théorie de l'agir communicationnel*, Paris, Fayard, 2 vol., 1997.
- MAIGRET E., *Sociologie de la communication et des médias de masse*, Paris, A. Colin, 2003
- MATTELART A., NEVEU E., *Introduction aux Cultural Studies*, Paris, La découverte, 2003.
- MATTELART A., *Histoire des théories de la communication*, Paris, La découverte, 1995.
- MIEGE B., *L'information-communication, objet de connaissance*, Bruxelles, De Boeck, 2004.
- MUCCHIELLI A., *Les sciences de l'information et de la communication*, Paris, Hachette, 2000.
- OLIVESI S. (dir.), *Les sciences de l'information et de la communication*, Grenoble, PUG, 2006.
- OLLIVIER B., *Les sciences de la communication*, Paris, A. Colin, 2007.
- PEDLER E., *Sociologie de la communication*, Paris, Nathan, 2000.
- SFSIC, *Les Fondateurs de la Sfsic : Robert Escarpit*, et *Les Fondateurs de la Sfsic : Jean Mey<sup>1</sup>riat*, Paris, Éditions SFSIC, 1994, 20 et 16 pages.
- WATZLAVICK P., *La réalité de la réalité*, Paris, Seuil, 1978.
- WOLTON D., *Il faut sauver la communication*, Paris, Flammarion, 2005.
- WOLTON<sup>18</sup> D., *Penser la communication*, Paris, Flammarion, 1997.

---

<sup>1</sup> Comme le montre une enquête longitudinale (5 ans) sur des étudiants de première année d'IUT. J. Longhi, E. Dacheux : « Information et communication, vision savante versus vision profane : vers une didactique des SIC ? », Colloque SFSIC, 2008.

<sup>2</sup> En 1629, dans une lettre au Père Mersenne, Descartes affirme qu'il est possible d'inventer une langue universelle facile à apprendre, à prononcer et à écrire qui permettrait aux paysans de « mieux jurer de la vérité que ne le font maintenant les philosophes ». Citation que l'on retrouve dans beaucoup de sites consacrés à l'Esperanto, langue universelle initiée par L.L. Zamenhof.

<sup>3</sup> Robert Escarpit interrogé, en 1992, par Jean Devèze et Anne-Marie Laulan (SFC, 1994)

<sup>4</sup> Entretien accordé à Jean Devèze (*op. cit.*)

---

<sup>5</sup> BALTZ, C., « L'information : définition », *Communication*, Vol. 16, n°2, 1995.

<sup>6</sup> DACHEUX, E., « La communication : élément de synthèse », *Communication et langages*, n°141, 2004.

<sup>7</sup> « La convergence des travaux menés dans les bibliothèques en sciences de l'information et en sciences de la communication montrent comment la prise en compte de l'objet technique (le site web par exemple), celles des institutions et celles des usages sont indispensables pour construire des connaissances solides sur les transformations en cours avec les réseaux » (Ollivier, 2007, p. 181).

<sup>8</sup> Entretien accordé à Jean Devèze (*op. cit.*)

<sup>9</sup> Terme qui recouvre aussi bien l'étude des médias que l'analyse des TIC.

<sup>10</sup> L'actuelle 71<sup>e</sup> section du CNU\*.

<sup>11</sup> C'est en tout cas l'hypothèse soutenue par Jean Meyriat et Bernard Miège, qui furent aux premières loges de cette institutionnalisation des SIC : MEYRIAT, J., MIEGE, B., « Le projet SIC : de l'émergence à l'irréversible ». in R. BOURE (ed.), *Les origines des sciences de l'information et de la communication : regards croisés*, Lille, éditions du Septentrion, 2002.

<sup>12</sup> On songe, par exemple, aux travaux du biologiste Henri Laborit qui va, via la notion d'information empruntée à Wiener, marier biologie et sociologie dans un petit ouvrage injustement méconnu : *Société informationnelle : idées pour l'autogestion*, Paris, Cerf, 1973.

<sup>13</sup> G. SOULEZ, « Rhétorique, public et manipulation », *Hermès*, N°38, CNRS éditions, Paris, 2004.

<sup>14</sup> Chiffre repris d'une étude de 2001 se basant sur les chiffres du ministère : H. CARDY P. FROISSART, « Les enseignants chercheurs en Sciences de l'information et de la communication. Portrait statistique. », Marseille, actes du XIII<sup>e</sup> colloque de la SFSIC, 2002.

<sup>15</sup> JEANNERET, Y., « Quelques fragments de cartographie pour un territoire en mouvement », Paris, actes du XII<sup>e</sup> colloque de la SFISC, 2001.

<sup>16</sup> Présentation sur le site officiel du CNU <http://91.121.210.124:8080/cpcnu/section.htm?numeroSection=71>.

<sup>17</sup> Le CNU publie, sur son site, une liste actualisée d'une trentaine de revues françaises et étrangères reconnues pour leurs qualités scientifiques.