

La (nécessaire) voie étroite de la recherche en communication

Bernard Miège*

Dans cet article, où il développe la conception selon laquelle la progression de la recherche en communication passe nécessairement par un triple refus - celui de l'empirisme sectoriel, celui du repliement disciplinaire et celui de l'élaboration théorique généralisante -, Bernard Miège, à notre demande, reprend de façon synthétique une réflexion en cours, dont il a déjà publié certains éléments dans *La société conquise par la communication* (P.U.G., 1989) et *Médias & Communication en Europe* (P.U.G., 1990).

RESUMO

Neste artigo, onde se desenvolve a concepção segundo a qual o progresso da pesquisa em comunicação passa necessariamente por uma tripla recusa - a do empirismo setorial, a do redobramento disciplinar e a da elaboração teórica generalizante -, Bernard Miège retoma de forma sintética uma reflexão que vem realizando e da qual já publicou alguns elementos em "La société conquise par la communication" (P.U.G., 1989) e "Médias et communication en Europe" (P.U.G., 1990)

Palavras chaves: pesquisa, comunicação, teoria.

RESUMEN

En este artículo, donde se desarrolla la concepción según la cual el progreso de la investigación en comunicación pasa necesariamente por un triple rechazo - la del empirismo sectorial, la del repliegue disciplinario y de la elaboración teórica generalista -, Bernard Miège retoma de forma sintética una reflexión que viene realizando y de la cual ya ha publicado algunos comentarios en "La société conquise par la communication" (P.U.G., 1989) y "Médias et communication en Europe" (P.U.G., 1990)

Palabras centrales: investigación, teoría, comunicación.

ABSTRACT

In this article, where the conception grows up in which the progress of research in communication passes necessarily by a triple refusal - of the sectorial empiricism, the disciplinal redoubling and the theoretical generical elaboration -, Bernard Miège retakes in a synthetic form a reflection he is realizing and had already been published some elements in "La société conquise par la communication" (P.U.G., 1989) and "Médias et communication in Europe" (P.U.G., 1990)

Key words: research, theory, communication.

* GRESEC - Université Stendhal - Grenoble 3

Comment penser la communication? Quel type d'approche et quelles méthodologies appliquer à cet "objet", dont l'importance sociale ne cesse de s'affirmer et qui paraît rassembler en lui des enjeux de tous ordres, irréductibles les uns aux autres? Depuis vingt-cinq ans ces questions sont posées, autant par des penseurs que par des chercheurs ou des "praticiens", et les réponses généralement apportées ont plutôt tendance à embrouiller l'écheveau qu'à le débrouiller, contribuant à renforcer les positions publiquement assez communément admises, selon lesquelles on ne saurait guère appliquer à la communication que des "pragmatiques". En bref, on pourrait classer les réponses en deux catégories:

- d'un côté, celles qui proposent un modèle général explicatif et prétendent éclairer la communication à partir d'un seul paradigme, ou d'une méthodologie unique, voire d'un point de vue étroitement disciplinaire;

- d'un autre côté, celles qui ne s'embarassent pas de telles ambitions théoriques généralistes et qui appréhendent la communication avec les ressources de l'empirie et en découpant dans le champ des sous-ensembles immédiatement analysables.

Je sais ce que cette catégorisation bi-polaire a de simplificateur, voire d'injuste pour quelques approches qui échappent à cette critique d'ensemble. Je sais aussi combien certaines théories généralistes, dont les effets semblent aujourd'hui entièrement épuisés, ont contribué à faire franchir des seuils à la réflexion. Je sais également que le bilan que l'on peut dresser de la recherche en communication, ne recoupe pas celui qui doit être établi des "philosophies" de la communication. Je sais que mon évaluation porte surtout sur les travaux d'auteurs français, et que les auteurs anglosaxons font preuve de beaucoup plus de prudence dans la fourniture de pensées globales (encore que l'un d'entre eux, M. MacLuhan, ait brillamment ouvert la voie...). Je sais que le spectre envisagé est vaste et peut-être démesuré, couvrant aussi bien l'informatisation que la mise en réseau ou le fonctionnement des médias, prenant en compte à la fois les échanges interpersonnels et ceux qui sont médiatisés d'une façon ou d'une autre, et cela dans tous les secteurs de la vie sociale (management des entreprises, vie politique, formation, interactions de la vie quotidienne...). Je sais enfin que la communication n'est pas le seul objet qui connaisse une telle dichotomie des approches, et que celle-ci peut trouver son origine dans la relative nouveauté des questionnements ou tout simplement dans l'émergence régulière de nouvelles pensées ou de nouvelles théories, naturellement attachées à gagner des positions en niant l'existant.

Il n'empêche que je suis frappé par la récurrence de cette bi-polarité et que celle-ci, surtout, semble faire obstacle à l'avancée de la connaissance des phénomènes communicationnels, autant dans les milieux intellectuels que dans les cercles professionnels ou chez les usagers-consommateurs. Qu'en 1970 le structuralisme linguistique d'un R. Barthes n'ait guère réussi à ébranler les plates certitudes des spécialistes des sondages ou des premiers analystes de la télévision, ou n'ait pas beaucoup fait progresser la lecture des images, cela peut se concevoir. Qu'en 1990 les mises en garde savantes et de plus en plus acérées d'un J. Baudrillard ou même d'un L. Sfez, ou les positions néo-critiques d'un D. Wolton sur la télévision de masse, n'arrivent pas à provoquer des débats publics dignes de ce nom, et laissent les médiocrates ou les technologues de la communication, occuper avec encore plus d'assurance la scène des idées ou

approvisionner sans discontinuer le fonds commun idéologique des professionnels de la communication, voilà qui interroge.

Car il ne suffit pas comme on le fait généralement, d'invoquer les "lois" de la diffusion sociale des connaissances, scientifiques ou non, ou plus prosaïquement de mettre en cause le pouvoir manipulateur des médias; l'invocation des unes comme la mise en cause du pouvoir des autres, ne constituent pas des explications satisfaisantes, en tout cas suffisantes. Et il faut bien admettre qu'elles sont souvent mises en avant pour dissimuler la faible pertinence des théories générales de la communication, celles-ci s'avérant ainsi impuissantes à disputer la prééminence aux conceptions élaborées à l'appui des savoirs-faire professionnels et incapables de fournir des orientations judicieuses aux travaux empiriques sectoriels.

M'étant déjà efforcé de préciser et de caractériser les faiblesses essentielles de la plupart de ces théories générales, je me contenterai ici d'en reprendre la liste, sans justifications:

- l'abstraction (qui fait écran à la richesse du social);
 - l'extrapolation abusive (la partie étant censée expliquer le tout, et par exemple la communication se trouvant "réduite" à l'informatisation);
- le primat accordé à un unique paradigme (ainsi dans le structuralisme linguistique, dans les théories de l'École de Palo Alto élaborées à partir de la psycho-pathologie de la vie quotidienne, dans l'interactionnisme méthodologique);
- la confusion des instances (ainsi lorsque la communication interpersonnelle ou "langagière" est censée représenter toute la communication);
- la dérive futurologique;
- l'absence, le refus ou l'insuffisance de vérifications empiriques.

DEUX EXIGENCES

Une fois ce constant dressé, il reste évidemment à esquisser des solutions et des perspectives, qui contribueraient à faire sortir de cette impasse épistémologique produite par la bi-polarité des pensées et des recherches. Le paradoxe de ma position, en effet, est que j'observe dans le même temps une inflation de pensées et de théories générales (celles-ci toujours promptes à se reproduire et à se renouveler), et un déficit d'élaborations théoriques, appuyées sur des validations empiriques rigoureuses. Comment procéder pour réduire cet écart? L'attitude, la plus communément admise, consiste à faire confiance aux auteurs, et à penser que la qualité des propositions tendra peu à peu à jeter des ponts de plus en plus solides entre les deux "rives". Je ne suis pas sûr que cette confiance soit bien placée, car des deux côtés, on trouve toute une série de bonnes raisons et de justifications pour continuer dans la même voie: d'une part les stratégies de distinction scientifique et la défense des intérêts disciplinaires ou scientifico-médiatiques, de l'autre les réponses aux demandes guidées par un souci d'opérationnalité immédiate ou de défense de sous-secteurs professionnels.

C'est pourquoi, sans pour autant nier l'intérêt d'autres démarches, j'en suis venu à opérer le double choix suivant:

1. refuser les constructions théoriques prétendant rendre compte de toute la communication au profit de *problématiques transversales et partielles*, faisant appel dans les travaux empiriques qu'elles supposent le plus souvent à *des méthodologies inter-sciences*;

2. tenter de mettre en évidence *des logiques sociales* traversant de part en part les champs de la communication, et correspondant à des mouvements de longue durée, à la construction desquels des acteurs sociaux concourent activement (et de façons multiples et contradictoires), et affectant aussi bien des processus de production que des articulations production-consommation, des réorganisations symboliques, des changements dans la gestion du "social" et des mécanismes de formation des usages sociaux.

DES LOGIQUES SOCIALES PARMIS D'AUTRES

Avant de préciser ce que sont les traits constituant de ces logiques sociales, je vais, à l'aide de deux exemples tirés de recherches effectuées ou en cours, essayer d'en présenter la démarche.

Les modèles organisant la production culturelle et informationnelle

Depuis longtemps, des auteurs se rattachant à des courants théoriques divers, ont cherché à expliquer le fonctionnement de l'édition de journaux ou périodiques, la production et la distribution de la musique enregistrée, l'édition de livres, celle de lithographies ou de biens culturels semi-reproductibles, ainsi que l'organisation des organismes de radiodiffusion et les relations qu'ils nouent avec leurs auditeurs. Dans la majorité des cas, ces travaux étaient menés indépendamment les uns des autres, car leurs auteurs étaient convaincus qu'ils avaient affaire à des objets bien délimités, constituant des champs autonomes. Par ailleurs, le plus souvent, les approches se limitaient soit à la production (ou à la création), soit à la distribution, soit à la réception ou aux pratiques d'appropriation des consommateurs-usagers.

A l'occasion d'une recherche sur les processus d'industrialisation de l'audiovisuel menée au sein du Gresec (Miege, Pajon & Salaun, 1986), nous avons été conduits à mettre en parallèle les modalités d'organisation de l'ensemble des industries culturelles et informationnelles, à l'aide de six critères: la forme du produit; le lieu de la "chaîne" ou s'exerce la fonction centrale; les caractéristiques économiques de la branche; les modalités du recours aux personnels artistiques et intellectuels et leurs modes de rémunération; la diffusion du produit, la nature des recettes et les relations avec les consommateurs-usagers; la segmentation ou non des marchés. Et cette confrontation entre des activités et circuits de production et d'échanges a priori bien différents (il y a évidemment quelque incongruité à comparer la télévision généraliste de masse et l'édition de livres d'art), nous a permis de distinguer deux modèles "génériques" de la production industrialisée de la culture et de l'information:

le modèle éditorial, qui prend naissance avec l'édition industrielle de livres et se renforce progressivement avec l'édition phonographique, la production cinématographique et maintenant l'édition vidéo;

Le modèle de flot, qui apparaît aux Etats-Unis autour de 1920 avec la

radio commerciale et qui prend son extension avec la télévision généraliste de masse;

et un modèle "intermédiaire":

Le modèle de la presse imprimée, qui, même si la presse moderne s'est développée dans le courant du 19^e siècle, emprunte ses traits essentiels à l'un ou l'autre des deux modèles génériques.

Cette typologie ne doit pas être considérée comme un cadre rigide: non seulement elle évolue et se transforme dans le long terme sous l'influence des stratégies des acteurs sociaux concernés, mais un même produit peut suivre des règles de fonctionnement relevant de l'un et de l'autre des modèles (c'est le cas du vidéotex, qui est à la fois le support de produits édités et un média fonctionnant selon le système du flot), ou se positionner à la charnière des deux (ainsi pour les numéros spéciaux de revues, qui tendent aussi à acquérir les caractéristiques du livre édité).

Cependant, le premier intérêt de cette caractérisation des produits culturels industrialisés n'est pas de faciliter leur description et leur classement. A chacun de ces modèles sont attachées des règles de fonctionnement plus ou moins stables, affectant autant les processus de création, que la production, la distribution, les interactions avec les consommateurs et les usages eux-mêmes. Ceci revient à dire que les nouveaux produits, sous des modalités spécifiques, sont appelés à s'inscrire dans l'un ou l'autre des modèles existants. Ceci revient à dire également que la même activité (par exemple une réalisation audiovisuelle, à partir d'un même sujet avec des équipes artistiques et techniques identiques) ne pourra développer les mêmes formes artistiques ni nouer le même type de contacts avec les divers publics, selon qu'elle est destinée à l'édition ou à la diffusion télévisée. Cette perspective, qu'on doit se garder d'appliquer mécaniquement, s'oppose aux conceptions dominantes sur les rapports entre art et industrie qui, fondées presque exclusivement à partir de principes d'ordre esthétique ou philosophique, ou centrées sur une approche de type culturaliste, restent de facto étrangères aux logiques spécifiques qui, dans les sociétés contemporaines, organisent l'industrialisation de la culture.

La mise en réseau

A condition de ne pas réduire les réseaux de communication à leur composante technique et de considérer qu'ils sont, tout autant, constitués d'éléments économique-culturels (par exemple la radiodiffusion est bien autre chose que l'"application" de la technique de transmission des ondes), on observe que les nombreux réseaux, installés ou en voie de l'être, se répartissent en deux ensembles:

- les "**réseaux de connexion**" où l'exploitant (par exemple une société de télécommunications) met à la disposition d'organisations diverses, les moyens techniques de transférer des données, des images et des sons: ainsi en est-il du réseau qui se constitue autour d'un centre-serveur de banques de données, sur lequel un utilisateur final peut se connecter;

- les "**réseaux de diffusion**", dans lesquels les exploitants sont beaucoup plus directement impliqués par la programmation et la diffusion des programmes, et même par leur production. Ainsi les réseaux câblés multicanaux

doivent-ils être rattachés aux réseaux de diffusion: ils donnent une bonne approche du fonctionnement de ceux-ci.

L'intérêt de la distinction entre les deux catégories de réseaux ne saurait être réduit à des questions d'ordre technique (d'un côté on a affaire à un réseau-support de communications; de l'autre, les programmes sont in-dissociables du réseau); il est avant tout de nature méthodologique et permet de relever, dans les évolutions récentes, des tendances qui concernent de près la culture et l'information; on les résumera comme suit:

+ dans les réseaux de diffusion, les fonctions d'édition et de production des programmes sont assez nettement subordonnées aux fonctions de programmation et de diffusion;

+ les réseaux de connexion (dont l'archétype est le réseau téléphonique) tendent, en particulier sous la pression des opérateurs de réseaux à la recherche d'une plus grande rentabilité de leurs installations, à se voir supplantés peu à peu par les réseaux de diffusion;

+ les réseaux de diffusion fonctionnant selon le système de "l'économie des compteurs" (c'est à dire par le paiement à l'acte, et/ou par abonnement du consommateur), c'est surtout de cette voie qu'il faut attendre à l'avenir le financement (et donc le développement) des industries culturelles et informationnelles.

Cette perspective, si elle se vérifie, est bien une logique sociale, c'est à dire un mouvement structurant permettant d'approcher aussi bien la montée en puissance des programmeurs, les difficultés croissantes des arts du spectacle vivant, la bataille des satellites, l'électronisation de l'information spécialisée, les stratégies présentes des opérateurs de réseaux (qui s'organisent sur le long terme), le début de segmentation des publics de la télévision que les changements en cours dans le paiement par les consommateurs de l'information ou de la culture. Certes, à chaque fois, d'autres éléments spécifiques peuvent être mis en avant et sont susceptibles de donner de chaque "question" des éclairages particuliers, mais le fait de montrer qu'elles répondent à une même logique sociale et de les re-lie est une façon d'en comprendre mieux le sens.

Ayant donné des logiques sociales deux exemples susceptibles d'éclairer la stratégie de recherche en communication qui semble être aujourd'hui l'une des plus heuristiques, je me contenterai maintenant de citer d'autres orientations de travail, qui devraient faciliter la mise en évidence d'autres logiques sociales:

***l'éclatement de l'espace public:** le modèle habermassien qui fonctionnait essentiellement autour de la presse d'opinion et de la presse de masse, doit être repensé en tenant compte du rôle des médias audiovisuels de masse et de la généralisation du recours aux techniques et technologies de communication dans presque toutes les institutions sociales;

***la formation (et le maintien) du lien social par les médias audiovisuels de masse:** dans une recherche sur le Journal Télévisé à laquelle nous avons collaboré (B. Miège, sous la direction de, 1986), cet aspect nous était apparu comme l'un des traits marquants de ce rite social qu'est le JT. Dans un sens différent, D. Wolton, dans son récent "Eloge du grand public", a considéré que la télévision généraliste, en tant que telle, devait être appréhendée comme "...plus du côté du lien dans une société menacée par la cartellisation, la fragmentation, le repli sur soi des communautés électorales, que du côté de

l'unification dans une société standardisée de masse" (D. Wolton, 1990, p.125). Ces réflexions doivent être approfondies et complétées;

***la contribution des techniques et technologies de la communication à l'industrialisation de l'éducation et de la formation:** cette perspective, proposée de façon pertinente par P. Moeglin dans sa Thèse (P. Moeglin, 1989), se révèle à l'analyse particulièrement propice à rendre compte de l'évolution de certains phénomènes éducatifs et de la transformation des appareils éducatifs;

***la médiatisation croissante de la communication:** où et comment le recours aux techniques modifie-t'il et "déplace"-t'il les pratiques de médiation? Sur cette question difficile, qui est au centre de nombreux travaux de recherche, il est important dorénavant de ne plus considérer les techniques, soit comme un "tout indifférencié", soit à l'opposé, comme un ensemble de micro-mondes nécessitant chacun un traitement particulier; la réflexion gagnerait beaucoup à distinguer entre techniques de communication (dont la fonction est de mettre en relation), médias de diffusion (dont la fonction première est de mettre en représentation) et technologies de l'intelligence;

***la tendance à la globalisation (= mondialisation) des campagnes et des marchés publicitaires:** cette tendance, analysée par A. Mattelart dans *L'internationale publicitaire*, entraîne progressivement des changements essentiels dans le fonctionnement des médias de masse: rationalisation de la programmation, affinement du ciblage des émissions, développement du parrainage,...;

***et l'accélération de l'industrialisation de l'information et de la culture:** il s'agit là d'une évolution majeure de cette fin de 20^e siècle, qui en quelque sorte "englobe" et reprend certains des logiques présentées ci-dessus, ainsi que d'autres (cf. les études sur les difficultés structurelles de l'industrialisation de la culture en raison du caractère aléatoire et incertain des valeurs culturelles attachées aux marchandises).

PENSER LES LOGIQUES SOCIALES DE LA COMMUNICATION

Dans le présent article, j'ai préféré proposer une (ré)orientation de la recherche que d'en fournir les bases épistémologiques. Sur ce point, je me limiterai à quelques indications terminales.

L'objectif est bien d'identifier des mouvements de longue durée (des "mouvements structurants-structurés") qui affectent le champ de la communication de part en part, permettant de relier aussi bien des processus créatifs que la participation des usagers à la formation des usages des biens ou des appareils culturels; les stratégies des installateurs de réseaux techniques ou de fabricants de matériels que les changements de certaines pratiques professionnelles; des processus de médiatisation que les évolutions des pratiques culturelles ou informationnelles.

Ensuite, il est important de ne pas considérer ces logiques sociales comme fixées une fois pour toutes, surtout dans une période effervescente comme la période présente: c'est autour d'elles que s'"enroulent" les stratégies des acteurs sociaux concernés, ceux-ci ayant la possibilité de les déplacer, de les réorganiser, et en tout cas d'utiliser la phase d'émergence des nouveaux dispositifs pour occuper ou gagner des positions, ou tout simplement s'affirmer socialement. La communication, en effet, si elle contribue à structurer et à activer la

structuration des sociétés contemporaines, est, dans le même temps une "construction sociale en cours" (une construction sociale sélective d'ailleurs, à laquelle participe activement une partie seulement des individus).

Enfin, dans la mesure où la communication ne saurait être réduite à un champ social (même si certains éléments la constituant donnent effectivement lieu à des activités sociales aisément repérables), il est vain et erroné de prétendre en éclairer le sens en positionnant les logiques sociales qui l'affectent, les unes par rapport aux autres; en d'autres termes, même si entre elles des hiérarchies peuvent être établies, on ne saurait s'étonner qu'elles interviennent à des niveaux différents, qu'elles s'entrecroisent et parfois se recoupent. Tenter a priori de reconstituer un ordre reviendrait à adopter le parti, critiqué ci-dessus, des théories généralistes, et à anticiper largement sur le développement social.

Finalement, que le lecteur partage ou non les orientations esquissées dans cet article, il devrait accepter au moins deux présupposés de la démarche suivie: 1°) la recherche en communication (quelque soient certains de ses acquis, bien réels) en est au point où elle ne peut éviter un effort de positionnement épistémologique; 2°) la difficulté de l'entreprise vient de ce que la communication étant une composante de l'évolution des sociétés contemporaines, ne peut en être aisément distinguée; elle ne saurait en tout cas être analysée comme si les dites sociétés n'en formaient que le contexte.

Bibliographie:

- il serait trop long de dresser la liste des ouvrages relevant de la critique énoncée dans l'article et considérés comme "généralistes"; on en trouvera un échantillon représentatif dans l'ouvrage issu du Colloque de Cérisy de juin 1989 *Technologies et symboliques de la communication* (sous la direction de Lucien Sfez et Gilles Coutlee), P.U.G., 1990.

- ouvrages cités dans l'article:

BAUDRILLARD Jean, *Simulacres et simulation*, Galilée, 1981.

MATTELART Armand, *L'internationale publicitaire*, ed. La Découverte, 1989.

MIEGE Bernard et alii, *Le JT, mise en scène de l'actualité à la télévision*, INA - La documentation française, 1986.

MIEGE Bernard, PAJON Patrick et SALAUN Jean-Michel, *L'industrialisation de l'audiovisuel*, Aubier, col. Res-Babel, 1986.

MOEGLIN Pierre, *Vers l'industrialisation des communications éducatives, scientifiques et communautaires* (étude critique des programmes expérimentaux par satellite au Canada, en France et aux USA (1971-1981), Thèse de Doctorat d'Etat de sciences de la communication, Université Stendhal-Grenoble/3, 1988, 1726 pages.

SFEZ Lucien, *Critique de la communication*, Le Seuil, 1988.

WOLTON Dominique, *Eloge du grand public (une théorie critique de la télévision)*, Flammarion, 1990.