



Communication et organisation

10 | 1996

La recherche en communication

Pour des recherches en communication

Alex Mucchielli



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/1877>

DOI : [10.4000/communicationorganisation.1877](https://doi.org/10.4000/communicationorganisation.1877)

ISSN : 1775-3546

Éditeur

Presses universitaires de Bordeaux

Édition imprimée

Date de publication : 1 novembre 1996

ISSN : 1168-5549

Référence électronique

Alex Mucchielli, « Pour des recherches en communication », *Communication et organisation* [En ligne], 10 | 1996, mis en ligne le 26 mars 2012, consulté le 19 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/1877> ; DOI : [10.4000/communicationorganisation.1877](https://doi.org/10.4000/communicationorganisation.1877)

Ce document a été généré automatiquement le 19 avril 2019.

© Presses universitaires de Bordeaux

Pour des recherches en communication

Alex Mucchielli

- 1 Qu'est-ce qu'une « bonne recherche » en communication dans les sciences de l'information et de la communication (SIC) ? Pour répondre, d'une manière personnelle, à cette question, j'ai relu un ensemble d'articles et de comptes-rendus de recherche en me demandant, à chaque exposé de recherche fait, pourquoi, de mon point de vue, il était intéressant et pertinent ou non.
- 2 Mes opinions exprimées ici reflètent naturellement mes engagements épistémologiques, théoriques et didactiques. Ils apparaîtront clairement tout au long de mon commentaire. Ces engagements sont discutables. Mais c'est justement cette discussion qui est, à ce moment du développement de la recherche en SIC, éminemment souhaitable¹.
- 3 C'est pourquoi je prends le risque de livrer mes remarques aux collègues chercheurs du « Groupe de Recherche en Communication des Organisations » à travers leur revue *Communication et Organisation*.

Clarifier les concepts utilisés

- 4 Bien entendu, des articles ou des comptes-rendus de recherche « en sciences de l'information et de la communication » utilisent un vocabulaire spécialisé. En effet, ces articles s'adressent à des chercheurs censés connaître les concepts du domaine. Il est bien évident qu'une science, pour appréhender l'univers de ses connaissances, développe nécessairement un langage approprié et donc particulier. Mais il se trouve qu'en tant que spécialiste l'on est encore assez souvent irrité par le « jargonage » de certains de ses pairs. Le jargonage que je déplore est celui de chercheurs qui emploient des mots complexes, forgés pour la circonstance – ou qu'ils ont pris chez des auteurs plus ou moins connus mais présentés comme des références absolues – pour désigner des phénomènes pour lesquels des concepts classiques et beaucoup plus connus existent par ailleurs. Bien souvent, ces concepts n'étant pas très clairs dans leur esprit, ils développent autour d'eux des raisonnements, souvent tautologiques, qu'une réflexion préalable, centrée sur la

définition de ces termes, aurait pu nous éviter. Définition qui doit être d'abord une définition sémantique lexicale laquelle peut très bien être dépassée et déboucher sur un type de réflexion plus approfondie que nous retrouverons, plus loin, lorsqu'il s'agira de s'assurer du bien-fondé de la théorie prise en référence ou de la pertinence de la problématique (puisque que, selon sa « puissance », un concept n'est pas sans relation avec de telles questions).

- 5 Au niveau d'une recherche sérieuse (mémoire, thèse, article...), il semble préférable de bien préciser les concepts que l'on utilise. Si certains prêtent à confusion ou donnent lieu encore à diverses définitions, il est très simple de dire qu'on utilise tel ou tel concept dans l'acception retenue par tel ou tel auteur.
- 6 Il faut remarquer que l'effort de clarification conceptuel peut, en lui même, donner lieu à des recherches. Il est d'ailleurs tout à fait profitable, dans des sciences interdisciplinaires comme les sciences de l'information et de la communication, que des chercheurs se consacrent à ce type de tâche, ne serait-ce que pour reformuler (revisiter) en nos termes des concepts venant d'autres disciplines.

Clarifier le contexte de la recherche et le présenter synthétiquement au lecteur

- 7 Un certain nombre de recherches ne précisent pas assez le contexte de leurs travaux. J'entends par « contexte de la recherche » tout ce qui doit être connu du chercheur, au départ de sa recherche. C'est cela que l'on regroupe habituellement dans un cahier des charges sous le titre « fondements ». Il s'agit là de préciser, pour le lecteur qui n'est pas obligatoirement un spécialiste du domaine précis dans lequel s'effectue la recherche, « tout ce que l'on sait déjà classiquement ». C'est un effort indispensable de synthèse que le chercheur-rédacteur doit faire pour ses lecteurs futurs. Dans une recherche, cette synthèse du « déjà connu d'essentiel sur la question et qui touche mon problème » (car il ne s'agit pas de tout synthétiser) relève des préliminaires que l'on exécute généralement dans une phase de recherche documentaire ou d'interviews préalables d'experts pour débroussailler le terrain.
- 8 Il faut remarquer que, faute d'avoir exécuté cette phase Préparatoire indispensable et de nous l'avoir rapportée, des chercheurs découvrent, au cours de leur recherche, des phénomènes bien connus des spécialistes du terrain considéré. Ces phénomènes interviennent alors comme parasites dans leurs recherches. Ces phénomènes « découverts » les amènent parfois à faire des conclusions non pertinentes par rapport à leur problématique posée. En tout cas, ces faits connus des spécialistes du terrain ne peuvent être présentés comme un « résultat » obtenu.
- 9 La présentation du contexte de la recherche fait donc partie de tout bon compte-rendu de recherche. Mais cette présentation est particulièrement importante en Sciences de l'Information et de la Communication car l'on sait que le contexte (ou les contextes) va largement intervenir, à tout moment, pour la constitution du sens des phénomènes communicationnels que l'on va expliciter.
- 10 Dans un hôpital, par exemple, si l'on étudie l'appropriation des téléphones mobiles par les différents acteurs soignants et administratifs concernés par les soins d'urgence, on ne peut pas faire cette étude sans avoir toujours à l'esprit une donnée essentielle du contexte de la situation : les conflits permanents de pouvoir autour de ce type de soins (et des

autres d'ailleurs), liés essentiellement au fait que la définition de l'urgence (urgence zéro, un ou deux) est essentiellement un acte médical (qui met donc en cause le pouvoir médical) et que cet acte est lié à une appréciation sur laquelle les infirmiers et les administratifs apportent leurs éléments (lesquels ne sont pas toujours donnés pour favoriser la clarté de la situation à apprécier, chacun jouant son pouvoir de compétence précis). À ces éléments contextuels il faut aussi ajouter la toile de fond permanente de « la faute professionnelle » toujours possible, pour les médecins essentiellement (bien qu'elle puisse aussi être imputable aux autres acteurs). Ce qui donne au total un contexte de stress et de tension qu'il faut toujours prendre en compte. On comprendra qu'une recherche, faite par des non-spécialistes du terrain, qui découvrent, chemin faisant, qu'il existe du « flou » dans les définitions des situations d'urgence, soit largement discréditée. Cette découverte n'en étant pas une et faisant donc partie des données de base du contexte de l'étude.

Savoir travailler avec des hypothèses

- 11 Poser une hypothèse (ou un ensemble d'hypothèses), c'est faire référence, du point de vue épistémologique, à la méthode expérimentale. On sait que cette méthode est la seule méthode permise et utilisée (avec des variantes) par les sciences naturelles et physiques. Une hypothèse se pose dans le cadre d'une théorie qui sert donc de toile de fond à l'hypothèse. L'hypothèse faite donne lieu à une expérience qui va permettre de vérifier si la conclusion hypothétique faite (l'hypothèse) est bien exacte dans le cadre de la théorie. Pour poser une hypothèse il faut donc une théorie et il faut d'abord postuler qu'un phénomène observé est dans une certaine relation (validation ou invalidation) avec la théorie en question.
- 12 On peut donc travailler, en sciences humaines et sociales, avec des hypothèses lorsqu'il s'agit de faire rentrer (ou non) un fait observé dans une théorie. En effet, la méthode expérimentale, bien qu'elle soit essentiellement illustrée par les recherches en sciences naturelles et physiques, n'en est pas exclusivement l'apanage. Elle peut être utilisée en sciences humaines et sociales, et donc en sciences de la communication.
- 13 Voilà, par exemple, un chercheur qui se propose de montrer que l'usage professionnel du micro-ordinateur crée ou renforce des usages domestiques de ces appareils et que, par effet de rétroaction, l'usage des micro-ordinateurs domestiques a des incidences sur l'organisation du travail et sur les rapports professionnels². L'hypothèse faite est celle de l'influence en retour des usages de la micro-informatique domestique sur tout ce qui concerne le travail dans l'entreprise. Une telle hypothèse s'inscrit dans la théorie systémique des phénomènes humains qui prévoit qu'il existe toujours des effets de causalité circulaire entre un phénomène et un autre phénomène qui lui est lié. Une telle hypothèse oriente la quête d'informations pertinentes. Son appréhension des faits n'est plus neutre. Il va rechercher les faits qui corroborent son idée de départ. Ainsi, va-t-il relever que l'usage domestique de la micro-informatique, tout d'abord, introduit une nouvelle organisation du temps de travail (on travaille davantage à la maison) ; que cet usage domestique, ensuite, fait que les usagers incitent leurs employeurs à s'équiper de machines et de programmes plus puissants ; que cet usage domestique recompose la distribution du travail, les utilisateurs faisant eux-mêmes des tâches d'exécution qu'ils enlèvent à leurs subordonnés ; que cet usage domestique introduit une individualisation du travail accentuant la concurrence entre les travailleurs en entreprise au détriment de

l'esprit de collaboration ; que cet usage domestique, enfin, Pousse l'entreprise à introduire une autre forme de gestion du Personnel que la gestion centrée sur le temps de présence, que cette gestion s'oriente vers une gestion « par résultats ». Voilà donc une recherche, menée à partir d'une hypothèse, qui s'est avérée fructueuse pour la compréhension d'un phénomène complexe d'usage du micro-ordinateur. Elle entre dans la théorie systémique des phénomènes de communication.

- 14 Nous pouvons généraliser cette utilisation heuristique de la recherche avec « hypothèse ». Dans le cadre des théories fondamentales des sciences de la communication (systémisme – ou interactionnisme – et constructivisme, appartenant au paradigme de la complexité), il est fructueux, lorsque l'on a repéré un phénomène, de se demander « comment » il est lié, d'une manière systémique, avec d'autres phénomènes qui participent avec lui à un système délimité par un cadrage large et approprié. De même, dans le cadre du constructivisme, il sera fructueux de se demander « comment » est élaboré un phénomène repéré et « comment » il participe à la construction d'un autre phénomène avec lequel il est en relation. Nous voyons là, au passage, que ce qui intéresse le chercheur en sciences de la communication c'est avant tout le « comment » et non le « pourquoi ». C'est ce que faisait remarquer Watzlawick il y a déjà quelques années lorsque, au nom de l'interactionnisme (un fait existe de par les relations qu'il entretient avec d'autres), il réfutait l'approche causale-linéaire directe.
- 15 On voit, avec ce que je viens de dire, que le travail avec des hypothèses s'effectue dans le cadre d'un raisonnement hypothético-déductif situé dans une théorie de référence. Or, un certain nombre de chercheurs oublient ceci et utilisent les hypothèses mal à propos. Peut-être aussi ne connaissent-ils pas très bien les théories de référence des sciences de l'information et de la communication.

Savoir travailler avec des questions et élaborer une problématique

- 16 Le travail avec une hypothèse de recherche se situe donc dans un modèle hypothético-déductif de recherche ; le travail avec une problématique (une question et son système de sous-questions) se situe, quant à lui, dans un modèle empirico-inductif de recherche. Le chercheur doit donc savoir dans quelle optique épistémologique il se place. Dans le cas d'une recherche hypothético-déductive, l'analyse préalable, la formulation du contexte et des considérants de la recherche permettent la formulation d'une hypothèse précise dans un cadre théorique explicité. Le recueil de données est alors largement orienté par l'ensemble des considérants, la théorie de référence et l'hypothèse. Dans le cas d'une recherche empirico-inductive, on se trouve dans une autre logique de recherche : dans une logique dite « de la découverte », dans une démarche de construction progressive d'éléments d'une connaissance.
- 17 Pour éviter les orientations dues à l'hypothèse et pour permettre une meilleure ouverture inductive, on pourrait demander au chercheur, comme on prétend que certains l'ont fait, d'arriver entièrement « vierge sur le terrain de sa recherche³ ». Mais il est assez illusoire de penser que le chercheur peut être vidé de toute connaissance et n'avoir aucune « sensibilité théorique », c'est-à-dire n'avoir aucun parti pris théorique et conceptuel. Cela supposerait, d'une part, que la réalité empirique étudiée aurait sa propre rationalité que l'on pourrait mettre à jour sans la déformer et d'autre part, que toute appréhension

avec des concepts préétablis et un schéma théorique extérieur à cette « réalité » ne falsifierait pas cette réalité dans l'explicitation qu'on pourrait en faire. Il est plus raisonnable de penser, avec un large courant de l'épistémologie contemporaine (que l'on peut faire remonter à Bachelard), que la réalité scientifique est une construction, nécessairement élaborée avec des concepts (c'est-à-dire des catégorisations formelles de phénomènes) faisant partie de théories, elles-mêmes incluses dans une orientation épistémologique. Chaque théorie peut alors prétendre proposer une « vision » de la réalité empirique saisie. La « vérité » scientifique, n'existe plus comme elle existe en sciences naturelles et physiques. Dans cette conception, la « vérité » scientifique n'est pas alors un apanage des sciences humaines et sociales. En sciences humaines et sociales, il coexiste plusieurs points de vue théoriques sur la « réalité » (on ne se trouve plus dans la logique du tiers exclu mais dans une logique des vérités plurielles). Le « meilleur » point de vue théorique dépend alors de ce que l'on attend de la recherche : un schéma explicatif simple, une compréhension des mécanismes cachés de fonctionnement, une possibilité d'action sur tel ou tel phénomène manipulable, de nouvelles pistes pour appréhender d'autres phénomènes... Comme toujours, l'évaluation est une question de choix et de valeurs (et donc d'idéologie).

- 18 Ceci étant dit, le chercheur dont je parle est un chercheur en sciences de la communication et non un chercheur en économie ou en linguistique. Il arrive normalement avec une sensibilité théorique à base de systémisme et de constructivisme. Son problème général est d'apporter à la communauté scientifique des résultats intéressants (c'est-à-dire nouveaux, pertinents, permettant une compréhension nouvelle ou plus approfondie, relançant d'autres travaux en ce domaine, donnant aux praticiens des idées d'interventions...), et faisant aussi progresser les connaissances dans son champ disciplinaire (c'est-à-dire précisant des concepts, des sous-ensembles théoriques, validant des points de vue communicationnels...). À l'intérieur de son problème personnel (de chercheur), le chercheur doit découper, en fonction d'un terrain qui lui plaît et qui lui est accessible en profondeur, une « problématique » solidement assise.
- 19 Un questionnement (ou une problématique) prometteur doit s'appuyer sur une bonne préconnaissance des problèmes concrets du terrain (*cf.* le conseil : clarifier le contexte de la recherche). La réflexion préalable au questionnement doit s'appuyer sur des considérations en provenance d'experts et de chercheurs ayant pratiqué le terrain, les objectifs de recherche de départ doivent être larges, ils donnent lieu alors à la formulation d'une série de questions.
- 20 Ces questions sont reprises une à une et examinées d'une manière critique : la question est-elle suffisamment générale ? Y a-t-il, derrière elle (ou l'ensemble des questions formulées), un postulat caché ? Si oui, quel est-il ? Est-il d'ordre épistémologique ou théorique ? Si oui, peut-on s'en détacher et poser une autre question non implicitement orientée par ce postulat ? Si non, est-ce que cette question n'est pas la reformulation d'une question classique d'un autre domaine ? Qu'est-ce qu'apportera de nouveau la réponse à cette question ? Quelle sera l'utilité théorique et sociale de la réponse à cette question ? A-t-on des chances de traiter cette question dans une approche relevant des sciences de la communication ? Si oui, à quelles conditions ? Toutes ces réflexions permettent de formuler une problématique « solidement assise ».
- 21 Un exemple de la « déconstruction » d'une problématique de départ est donné par B. Floris⁴. Il signale que de nombreuses recherches reposent sur des problématiques postulant implicitement une relation directe entre les technologies de communication et

l'évolution du lien social et des pratiques (qu'elles soient sociales, matérielles ou intellectuelles). Ces problématiques tombent alors, dit-il, dans le piège d'une « idéologie spontanée colportée par les essayistes et les journalistes » : la technologie est la principale source de modification du lien social et, par-delà, de la modification des pratiques (voir plus bas le conseil du rejet de tout raisonnement cause-effet). B. Floris propose donc de déconstruire une telle problématique en la replaçant d'abord dans la longue durée et en examinant les évolutions historiques de l'autonomisation des pratiques individuelles liées à un ensemble de facteurs interdépendants. Il propose ensuite d'examiner la notion de « lien social » et ses relations avec les pratiques. Il conclut qu'il n'est pas pertinent de poser la question de l'évolution des pratiques en relation avec le lien social car ceci revient à postuler implicitement une relation de cause à effet avec les technologies alors que ces technologies de la communication ne sont que les résultats de médiations dues à l'autonomisation de champs sociaux fonctionnels comme le champ économique et le champ politique. Or, B. Floris constate, à ce moment de son raisonnement critique, qu'actuellement les technologies de communication médiatisent « des technologies intellectuelles et institutionnelles » de plus en plus unifiées et liées au seul « modèle marketing ». Alors, la seule vraie question qu'il lui apparaît nécessaire de poser est la question de savoir comment les différentes institutions dominantes vont gérer symboliquement – à travers des formes de « relations publiques généralisées » – l'individualisation des pratiques et la socialisation accrue de ces pratiques. Il faut donc remarquer qu'à la fin de sa « déconstruction » de la problématique de départ B. Floris introduit une « hypothèse » (qui n'en est pas une pour lui, puisqu'il la présente comme un fait) : c'est l'idée qu'un mode de gestion de la communication se serait imposé, depuis quelques années, à toutes les instances administratives et associations publiques et que ce mode de gestion serait du type « relations publiques généralisées » ou modèle marketing de la communication (on peut d'ailleurs très bien considérer que ceci reste à démontrer et que le chercheur a biaisé son raisonnement en introduisant une « hypothèse » personnelle interprétative).

- 22 En fait, dans cet exemple, B. Floris, en introduisant son idée sur l'état actuel des communications, nous révèle le point de vue où il se plaçait pour réaliser sa critique de la problématique initiale. C'est au nom de l'état de « relations publiques généralisées » de la communication sociale et institutionnelle actuelle qu'il pouvait critiquer la problématique de départ puisque celle-ci ne prenait pas en compte cette évolution historique de la communication. Son point de vue est un point de vue historique qui postule, à l'instar d'Habermas auquel il se réfère, le primat du contexte général historique avec l'apparition datée « d'espaces sociaux autonomes ». Bien entendu, on pourrait continuer la déconstruction de la problématique de départ en critiquant ce point de vue. Mais, à ce point de ma démonstration, il est important de remarquer que B. Floris nous montre là que c'est toujours au nom d'une position intellectuelle que l'on peut effectuer des jugements et des évaluations. Il nous faut donc en tirer des leçons méthodologiques et pratiques pour la réalisation de l'analyse critique de toute problématique initiale, que je prône.
- 23 Ainsi, l'examen de la problématique de départ doit se faire au nom d'un ensemble de principes précisant un point de vue épistémologique de référence. C'est donc, dès ces premiers moments de la recherche, que le cadre épistémologique et théorique de référence du chercheur va être sollicité. Les chercheurs qui n'ont pas de cadre de référence explicite ne vont pas pouvoir faire cette mise au jour des implicites de leur

problématique. Ils vont, le plus souvent alors, poser et accepter une problématique initiale qu'ils croient pertinente et qui, en fait, contiendra une série de présupposés épistémologiques ou, pire, idéologiques.

- 24 On aura compris qu'une « problématique » oriente la recherche d'un chercheur mais qu'elle le fait tout de même moins qu'une « hypothèse ». La recherche sur problématique est d'autant moins « fermée » que, comme je le disais, la problématique évolue au cours de la recherche.
- 25 Ceci peut paraître une absurdité à tout esprit positiviste. Comment peut-on changer sa quête au cours d'une recherche scientifique ? Tout simplement parce que chaque quête de données donne lieu à une construction, que les données ne restent pas « données » jusqu'à la fin de l'expérience de recherche pour être *in fine* seulement intégrées dans une théorie qui leur donne sens. Dans la recherche en communication faite avec une problématique, le sens se construit au fur et à mesure de la collecte et de l'analyse des données, de la mise en cohérence du contexte, de la compréhension de plus en plus grande de son terrain et des phénomènes par le chercheur. Le chercheur en sciences de la communication n'est pas passif à attendre les « résultats de » l'expérience. Il synthétise, catégorise, établit des relations, vérifie et « expérimente » ses idées sur les acteurs... Sa recherche est vivante, il est en sciences humaines et sociales ! Compte tenu de cette évolution, il en vient tout naturellement à ne plus voir le problème de la même façon qu'au départ. Il en a une saisie beaucoup plus profonde. Il est alors capable, tout en gardant la même ligne générale de pensée, de reformuler sa problématique. C'est cette phase de reformulation (liée à la restructuration du contexte) de la problématique de départ qui a été formalisée par P. Paillé, sous le nom de phase « d'intégration », dans ce qu'il appelle « l'analyse par théorisation ancrée » et qui est finalement un guide méthodologique général pour des recherches travaillant sur problématique⁵.
- 26 Pour P. Paillé, en effet, toute recherche inductive visant à une quasi-théorisation (ou mise en ordre des relations entre les phénomènes) commence par une conceptualisation (sous forme de codification puis de catégorisation) dès la première lecture des données recueillies. Le chercheur s'efforce ensuite d'organiser, dans un schéma compréhensif, les catégories qu'il a construites, il cherche alors des relations entre ces catégories et leurs propriétés mises à jour. Au cours de cette première schématisation, des phénomènes nouveaux ou une compréhension nouvelle peuvent apparaître. Ils obligent alors le chercheur à un effort « d'intégration » qui lui permet de redéfinir son problème principal.
- 27 Au départ d'une recherche, la question principale est, généralement, davantage en rapport avec une préoccupation intellectuelle. Elle a une forme assez « académique ». C'est dans ses premières confrontations avec le terrain (après la phase de recherche documentaire et lors de la phase de préenquête et d'interviews d'experts) que le chercheur va commencer à reformuler sa problématique. Le chercheur peut, par exemple, découvrir, chemin faisant, qu'il existe un problème principal qui recouvre le sien et qu'il convient de traiter. Ainsi, dans l'exemple donné, les chercheurs s'aperçoivent que l'identité régionale est construite par de multiples instances en concurrence politique, et leur recherche s'oriente vers la compréhension des différents enjeux qui empêchent la cohérence des communications. Ceci aurait nécessité qu'ils redéfinissent leur problématique de départ puisque finalement ils ne la traitent pas.
- 28 Il faut remarquer que ce travail de définition de la problématique fondamentale de la recherche peut être, en lui même, un travail de recherche. On peut très bien concevoir un

travail de DEA⁶ se consacrant à la définition d'une problématique de thèse. Le mémoire rapportera donc toutes les étapes des analyses nécessaires : recueil, codification, catégorisation, mise en relation et intégration d'une nouvelle problématique (ces étapes pouvant être d'ailleurs répétées plusieurs fois dans une démarche itérative). Le travail d'analyse critique de la problématique de départ permettra au chercheur d'explicitier son positionnement épistémologique et théorique. Ce travail lui permettra aussi de proposer une méthodologie spécifique⁷, réfléchie et appropriée, innovante par rapport aux habituelles et sempiternelles interviews non directives et analyses de contenus que l'on trouve partout.

Dépasser les problématiques linéaires

- 29 En ce qui concerne les recherches avec problématiques, comme nous l'avons déjà vu dans l'analyse critique de la question de départ, il faut toujours avoir présent à l'esprit ce conseil tant nous sommes prisonniers du modèle culturel ambiant du positivisme et de sa logique cause-effet (cf. sur ce point les développements faits plus loin).
- 30 Voilà des auteurs qui se proposent d'étudier ce qui se passe dans un hôpital lorsque l'on introduit le téléphone portable entre l'ensemble des professionnels ayant à gérer les situations de soins d'urgence. Ils se demandent alors : « Quelles particularités revêt le jeu des échanges lorsqu'il passe par une médiation technique ? » On comprend qu'ils vont essayer de mettre à jour des modalités particulières (formes, rituels, procédures, structuration des relations, enjeux nouveaux, contenus...) qui vont affecter les échanges entre les partenaires de travail aux soins d'urgence à l'hôpital.
- 31 Ainsi posée, la problématique masque le modèle épistémologique qui la sous-tend. Ce modèle est un modèle positiviste recherchant des effets de changement liés à l'introduction d'une nouvelle technologie. Il postule d'entrée une relation de causalité linéaire entre l'introduction du téléphone portable et la constatation de « particularités » qui vont venir s'insérer dans le jeu des échanges des acteurs concernés.
- 32 Poser le problème de cette façon, c'est tomber dans deux pièges classiques :
- 33 – le premier est le piège du « technologisme » ou idéologie de la technique qui postule que la technique est la principale cause de tous les changements à divers niveaux. C'est aussi d'ailleurs le piège du raisonnement positiviste, fondé sur la causalité linéaire (une cause, un effet) alors que l'on connaît désormais « l'impasse de cette problématique des effets⁸ » et que l'on préfère un modèle de référence systémique fondé sur la causalité circulaire ;
- 34 – le deuxième est le piège du cadrage court ou inapproprié. Il ne concerne que les acteurs « des situations de soins d'urgence » alors que, dans un hôpital, les enjeux de pouvoir, de positionnement, de structuration des relations (notamment), sont partout entre les médecins, les infirmiers, les administratifs qui sont toujours parties prenantes dans toutes les situations de soins, celles des urgences comme les autres.

S'efforcer de poser les problématiques dans les termes des sciences de l'information et de la communication

- 35 Chaque science a son point de vue sur la réalité. Le point de vue de l'économie sur un phénomène n'est pas le point de vue de la sociologie sur le même phénomène. Chacune de ces sciences a su développer des théories de référence et des concepts servant au « découpage » du monde pour présenter des analyses « cohérentes de son point de vue ».
- 36 Si l'on veut apporter quelque chose « du point de vue des sciences de l'information et de la communication », on aura, bien évidemment, intérêt à poser la question principale de sa recherche en termes spécifiques des sciences de l'information et de la communication. De mon point de vue, l'utilisation des concepts des sciences voisines est, bien entendu, tout à fait acceptable, d'autant que certains de ces concepts font partie de ce que l'on appelle les concepts fondamentaux des sciences humaines et sociales (*basic social process*), bagage commun de tous les chercheurs en sciences humaines et sociales. Rappelons ici que les sciences humaines et sociales sont, contrairement à la pratique des recherches, méthodologiquement parlant, très proches les unes des autres : les méthodes qualitatives, par exemple, sont communes à toutes les sciences humaines et sociales, un chercheur de n'importe quel domaine peut utiliser l'observation participante, l'entretien non directif centré ou l'analyse actionniste.
- 37 Voici un article sur le télétravail. L'examen des difficultés d'acceptation sociale du télétravail se fait d'abord à partir de l'explicitation de la représentation sociale que les différents promoteurs et les médias ont façonnée. C'est une représentation sociale dévalorisée : un télétravailleur « à problème », à moindre coût pour les entreprises, non intégré à son entreprise (voire pouvant s'en séparer et devenir concurrent des salariés en place) et privilégiant assez égoïstement une idéologie écologiste et familiale. Ce résultat est certes intéressant. Mais il relève, s'il reste exprimé ainsi, du champ de la psychologie sociale. Ce qui intéresse les sciences de l'information et de la communication c'est, en particulier, l'examen du « comment » cela est arrivé, c'est l'étude des processus de communication qui ont fabriqué cette représentation. L'article évoque des pistes qui ne sont pas explorées : les processus de construction de cette représentation sont liés à l'idéologie du contexte temporel et surgissent aussi du contexte pratique des expériences vécues et rapportées. La construction du sens pris par le télétravail dans notre société et dans les entreprises pourrait donc être approfondie. L'étude de ce processus communicationnel permettrait d'étudier aussi deux autres processus concomitants : le processus de structuration des relations et le processus de construction des normes collectives. Avec l'approfondissement du fonctionnement de ces processus de communication, la recherche pourrait alors développer une compréhension meilleure du phénomène de rejet dont a été l'objet le télétravail. Au point de vue de la structuration des relations, les présentations du télétravail ont façonné un statut nouveau du télétravailleur. Il n'est plus un travailleur comme les autres : il est hors culture d'entreprise, hors accès facile informel de la hiérarchie et de ses pairs (et des syndicats), il est « chez lui » avec toutes les connotations négatives qui entourent cette localisation, il peut même devenir « un oublié » de la structure alors qu'il apporte un travail conséquent, enfin, pire que tout cela, il peut finir par prendre son autonomie et devenir un indépendant « externalisé » de la structure organisationnelle et devenir un

« concurrent » des travailleurs en Poste dans l'entreprise. L'analyse du rejet peut alors s'appuyer sur cette explicitation du processus de positionnement. Tout ce qui est « différent » fait peur, or voilà un travailleur éminemment « différent ». Tout ce qui est incontrôlable par la hiérarchie lui est déplaisant, or les différentes normes contractuelles ne sont pas encore établies (l'étude du processus de construction des normes collectives le montrerait) et l'on comprend les réticences des responsables. Ceux-ci sont d'ailleurs mis dans une situation paradoxale (concept propre aux sciences de l'information et de la communication) car, d'une part, le télétravailleur est d'un coût moindre pour l'entreprise et il concurrence astucieusement les employés « normaux » (il valide le régime de la performance) et, d'autre part, il échappe à la culture d'entreprise, invalident largement un ensemble de normes de fonctionnement hiérarchique (il invalide le régime hiérarchique classique de l'entreprise). Face à ces contradictions, comme face à toute situation paradoxale, il est normal que les responsables des entreprises réagissent par la paralysie de l'action et l'attente.

- 38 On voit comment, avec cet exemple traité en détail, une problématique posée dans les termes des sciences de l'information et de la communication permet une description puis une analyse intéressante de phénomènes communicationnels du point de vue communicationnel.

Préciser si l'on travaille avec une problématique ou avec une hypothèse située dans une théorie de référence

- 39 Ce conseil découle des conseils précédents. Il me vient à l'esprit parce que j'ai constaté le très grand nombre de fois où les chercheurs nous laissent dans l'ignorance de leur option de recherche : avec hypothèse ou avec problématique.
- 40 Ce conseil revient à préciser au lecteur si la recherche effectuée se situe dans le cadre de l'épistémologie de la complexité, avec l'usage de méthodes plutôt qualitatives, ou si la recherche se situe dans le cadre hypothético-déductif (avec référence à une théorie précise) avec l'utilisation de diverses méthodes non toutes directement qualitatives. Il faut alors recommander aux chercheurs qui travaillent avec le modèle hypothético-déductif de la recherche de préciser la théorie de référence qu'ils utilisent. En effet, s'ils ne le disent pas, cela ne donne pas la possibilité aux autres chercheurs de discuter d'abord de la pertinence de l'utilisation – en sciences de l'information et de la communication – de la théorie de référence utilisée.
- 41 Voilà, par exemple, une recherche sur le discours de la « convergence » des usages des nouvelles technologies de la communication, tenu par différents acteurs du monde de l'innovation technologique (la « convergence » tient à ce qu'un outil ou canal unique permet l'intégration des usages de l'audiovisuel, de l'informatique et des télécommunications). Les auteurs annoncent d'abord une problématique (ou tout du moins ce que l'on peut lire comme une problématique) : quelle est l'importance stratégique de la référence à la convergence en général et la référence à la convergence des usages en particulier ? Ils annoncent ensuite une hypothèse : « que la convergence correspond à un construit social controversé » (c'est-à-dire à un discours qui porte des controverses et qui est « naturalisé par certains acteurs pour imposer la version de stratégie de développement qui convient le mieux à leurs intérêts »). Présenté ainsi – avec

une problématique puis une hypothèse –, on peut penser que les auteurs ont travaillé dans le cadre d'une recherche ouverte à partir de la problématique, qu'ils ont trouvé la réponse et qu'ils nous présentent maintenant cette réponse sous forme d'une hypothèse qu'ils vont « démontrer » en nous restituant les étapes de leur découverte. L'hypothèse est alors, dans ce cas, la conclusion trouvée à leur questionnement. On serait alors en présence d'un effet de présentation de la recherche qui voudrait que l'on mette en avant les conclusions pour permettre un meilleur suivi de lecture. C'est ce qu'une première approche de l'article permet de conclure. Le résultat obtenu (alias l'hypothèse) à la question de départ semble démontré en cinq points : 1°) un tel discours apporte des réponses unifiées aux filières industrielles et à l'ensemble des citoyens ; 2°) le discours de la convergence offre l'avantage d'unifier la diversification des applications ; 3°) ce discours remplit bien l'espace laissé libre par la faillite des stratégies de la différenciation des usages, tentées par des concurrents malheureux ; 4°) ce discours sert ces acteurs dominants puisqu'il intègre parfaitement leurs métiers de base ; 5°) ce discours est utilisé par ces acteurs dans leurs stratégies indirectes : obtenir des fonds publics pour la recherche-développement, se ménager une réglementation favorable, acquérir une image positive, faire avancer leurs propres stratégies de diversification...

- 42 Mais un doute prend le lecteur car toute l'analyse tourne autour des seuls bénéfiques des acteurs dominants, aucun autre élément d'un système plus vaste des acteurs et du contexte n'est sollicité. Cette absence d'ouverture révèle en fait que la recherche s'est effectuée dans le cadre du modèle hypothético-déductif. La théorie de référence latente apparaît alors être la théorie économique oligolistique (plusieurs acteurs économiques dominants se partagent le marché et ont des conduites d'entente pour le dominer). L'hypothèse de départ était donc que le discours de la référence servait les stratégies de ces acteurs dominants. Elle était savamment formulée d'une façon non directement aussi lisible. L'hypothèse que « la convergence correspond à un construit social controversé » est, en effet, moins claire que l'hypothèse : « le discours de la référence sert les stratégies des acteurs dominants ». On se trouve alors dans le cadre d'une recherche hypothético-déductive à théorie de référence économique, et il s'agit de rassembler les éléments qui vont venir confirmer la théorie.
- 43 On voit donc bien qu'une telle façon de procéder permet difficilement au lecteur d'aller directement au fond d'une critique théorique qui porterait sur le bien-fondé de l'utilisation de cette théorie économique dans le champ des sciences de l'information et de la communication.

Afficher clairement la problématique de la recherche

- 44 De mon point de vue, le titre de l'article ou du mémoire de recherche doit refléter la problématique de la recherche. Si ce n'est pas le cas, le titre, se référant au domaine ou à tout autre chose, par son effet d'accroche, peut être trompeur. Comme nous ne sommes pas en publicité ou en journalisme, mais que nous échangeons avec d'autres chercheurs, il vaut mieux, par respect pour eux, faire un effort pour laisser transparaître la vraie problématique de la recherche dès l'annonce que constitue le titre.
- 45 Voici, par exemple, un article intitulé : « Télétravail et collectique ». Le titre évoque un vaste domaine, mais on ne sait pas encore que cette étude va concerner le travail en entreprise, bien qu'on puisse s'en douter. Ce titre donne tout de suite l'idée qu'il y a une comparaison faite entre le télétravail et la collectique. Mais sur quelle question ? L'article

commence par cette phrase : « Comment travaillera-t-on demain ? » On peut alors penser que l'on va lire un article de prospective sur les utilisations futures du télétravail et de la collectique. Mais l'article prend un autre chemin. Ce n'est qu'après avoir pénétré assez avant sa lecture que l'on se rend compte qu'il traite des Problèmes d'acceptation comparée – par la société (à travers les représentations sociales) et dans les entreprises – de ces formes de travail. Le titre aurait alors gagné à être libellé avec un complément : « Télétravail et collectique : problèmes d'intégration sociale et organisationnelle ».

Trouver une méthodologie appropriée à sa recherche

- 46 Je définirai ici la méthodologie comme la réflexion préalable sur la méthode qu'il convient de mettre au point pour conduire une recherche déterminée (en me différenciant donc sur ce point de la définition que Paul Stryckman donne dans son article de ce numéro : De la méthode). On utilise aussi souvent ce terme pour désigner seulement le résultat de cette cogitation, c'est-à-dire un programme d'utilisation d'outils et de techniques de recueil et d'analyse d'informations (ce que l'on devrait nommer normalement : une méthode).
- 47 Une méthode de recherche est la mise en œuvre d'une succession d'outils et de techniques (un outil : une grille d'observation ; une technique : l'interview non directive). L'utilisation de ces outils et techniques est organisée afin que la réalisation des objectifs de la recherche puisse être atteinte dans les meilleures conditions d'économie de moyens et de fiabilité des résultats. La réflexion méthodologique générale a montré qu'il existait douze étapes fondamentales pour la mise en œuvre d'une recherche⁹. On commence par l'analyse générale du problème, la définition d'objectifs généraux ou la formulation d'une première problématique large et on va jusqu'au retour sur le terrain pour les diverses certifications et la rédaction de la présentation de la recherche en passant par les études préparatoires, les reformulations de la problématique, la programmation des outils et des techniques de recherche, l'échantillonnage... ou encore la tenue du journal de bord et les diverses analyses à mettre en œuvre sur les matériaux recueillis dans les enquêtes. Or on constate que très peu de recherches en SIC se conforment à ces canons de conception d'une méthode de recherche appropriée, ce qui suffirait normalement pour invalider ces recherches. La méthodologie est une étape fondamentale des recherches en sciences de la communication, qui mérite toute l'attention des chercheurs car, contrairement aux sciences naturelles et physiques (qui disposent de la méthode expérimentale et de ses variantes), nous disposons d'un grand nombre d'outils et de techniques qui peuvent, par combinaison, donner de nombreuses méthodes de recherche.
- 48 En parcourant les articles et comptes-rendus des recherches en SIC pris comme échantillon, je me suis aperçu, tout d'abord, qu'une place très minime était laissée à la présentation méthodologique, c'est-à-dire à la justification de la méthode choisie (quand il y en avait une présentation). On s'aperçoit par ailleurs que ce sont toujours les mêmes techniques de recueil et d'analyse qui sont utilisées dans des combinaisons simplistes : les statistiques et leurs interprétations, les analyses comparatives-interprétatives intuitives, les différentes interviews et leur analyse de contenu thématique. Ceci reflète, à l'évidence, un manque de connaissance et de compétence méthodologiques chez les chercheurs. On connaît, en effet, ne serait-ce que dans les « techniques qualitatives », plus d'une vingtaine de techniques de recueil et autant, au moins, de techniques d'analyse
- ¹⁰.

49 Ce manque d'imagination est préjudiciable à l'image de la recherche en sciences de la communication (des sciences où l'on fait parler les gens pour découvrir des banalités). Ce manque d'imagination est aussi préjudiciable aux performances des recherches. En effet, je soutiens que lorsque l'on a dans la tête les potentialités des différentes techniques, on peut mieux évaluer la pertinence de la technique que l'on va sélectionner pour le type de résultats que l'on recherche. Il existe un effet de causalité circulaire entre l'instrument de recherche et le travail de recherche à faire. Tout comme, pour utiliser une métaphore de notre domaine des SIC, il y a un effet de la connaissance des performances du logiciel multimédia utilisé sur la réalisation du multimédia lui-même : la connaissance, par l'auteur, des potentialités du logiciel accroît les performances de sa réalisation. D'où l'importance, bien entendu, de la formation méthodologique des chercheurs, insuffisante de mon point de vue.

Utiliser de préférence les méthodes qualitatives

- 50 Toujours en ce qui concerne les méthodes, mon opinion est que les méthodes les plus appropriées à la recherche en communication sont les « méthodes qualitatives ».
- 51 En effet, l'objet d'une recherche qualitative en communication est, par définition, un phénomène humain qui n'est Pas d'essence matérielle comme une maladie organique (c'est, par exemple, un « jeu » pathologique d'interactions entre les acteurs d'une organisation), comme un processus chimique (c'est, par exemple, l'ensemble des préoccupations et des objectifs existentiels d'un groupe social), comme un phénomène de résistance des matériaux (c'est un phénomène complexe d'effets circulaires entre l'évolution des usages et l'implantation de nouveaux appareils techniques de communication), comme un problème de forces motrices permettant la mise sur orbite et la sustentation d'un satellite (c'est un problème de choix de conduites dans une situation paradoxale)... La spécificité fondamentale des méthodes qualitatives vient de leur inscription dans le paradigme compréhensif (ou subjectiviste ou encore interprétatif). Elle vient donc de leur parti pris épistémologique de considérer les phénomènes humains en général (et donc les phénomènes de communication) comme des phénomènes de sens (concernant donc des significations issues ou touchant les autres hommes) qui peuvent être « compris » par un effort spécifique tenant à la fois à la nature humaine du chercheur et à la nature de ces phénomènes de sens (effort appelé empathie).
- 52 Une autre caractéristique des méthodes qualitatives plaide encore en faveur de leur utilisation en sciences de la communication : les méthodes qualitatives postulent que le chercheur est partie intégrante de l'outil ou de la technique qu'il utilise dans la phase de recueil des données (que l'on pense à l'observation, à l'observation participante, à l'interview, au questionnement...). Le travail de collecte des informations ne porte pas, comme en sciences naturelles ou physiques, sur des « objets » hors d'atteinte de l'empathie ou de la compréhension. Or c'est bien dans ce type de situation que se trouvent la plupart des chercheurs en sciences de la communication. Pourquoi donc rechignent-ils tant à s'inscrire délibérément dans le paradigme compréhensif et à utiliser les méthodes qualitatives ?
- 53 Pourtant, les phénomènes de communication étudiés ne sont pas en général directement visibles à travers des instruments de mesure. Ils ne sont pas, pour fixer les idées, comme les indicateurs de la composition chimique d'un minéral ou comme la vitesse d'un

corpuscule atomique. Ce sont des phénomènes qu'il faut construire intellectuellement à partir de données brutes recueillies et à travers une mise en concepts ainsi qu'à travers des efforts intellectuels de compréhension destinés à faire apparaître du sens-pour-des-acteurs-en-situation. Que l'on pense ne serait-ce qu'à un « jeu d'interactions » dont nous avons déjà parlé. Pour expliciter un tel « jeu », il faut manier les différents concepts de forme spécifiques des interactions (interaction de confirmation, de disqualification, de tangentialisation...), repérer leur récurrence dans un ensemble d'observations, bâtir le schéma répétitif de ces interactions, le replacer dans son contexte pour en saisir le sens pour les acteurs en cause, vérifier ce sens par validation externe et interne auprès des experts et des acteurs eux-mêmes... On voit donc qu'une méthode qualitative est une succession d'opérations et de manipulations intellectuelles et techniques qu'un chercheur fait subir à un phénomène de communication pour en faire surgir les significations pour lui-même et les autres hommes concernés. Les opérations et manipulations intellectuelles dont il s'agit sont donc des dénominations, des transpositions de termes en d'autres termes, des regroupements intuitifs de données, des confrontations à des savoirs, des inductions généralisantes ou, à l'inverse, des réductions à des constantes ou à des formes essentielles... Les opérations et manipulations techniques dont il s'agit sont, par exemple, des transcriptions, des découpages de discours, des mises en tableau, des confrontations à des grilles, des substitutions systématiques de termes. Il s'agit toujours de faire surgir le sens qui n'est jamais un donné immédiat, qui est toujours implicite, à la fois structurant et structuré, participant de manière diffuse à un ensemble de phénomènes contextuels plus vaste.

- 54 En ce qui concerne les méthodes qualitatives de recherche, il est donc à noter qu'elles sont peu utilisées. Nous avons vu que ceci était dû à la méconnaissance et à l'incompétence méthodologique des chercheurs en général (question donc de formation de base non acquise). Mais ceci est aussi dû (et se trouve en relation de causalité circulaire avec les éléments précédents) au poids de l'idéologie positiviste dans laquelle nous vivons tous les jours ainsi qu'à notre éducation fondamentalement, également, positiviste. On peut constater d'ailleurs que, du fait de cette idéologie, personne n'ose dire à un médecin, ou à un ingénieur, à un pur linguiste, à un gestionnaire, à un juriste... qui vient pour faire une « recherche en communication » sur les « technologies de la communication » (par exemple) que, certes, il possède une formation scientifique dans sa discipline, mais qu'il ne sait rien de la spécificité des phénomènes humains et des méthodes mises au point par des générations de chercheurs pour appréhender les faits de communication « en compréhension ». S'imagine-t-on un docteur ès lettres et sciences humaines arriver dans un laboratoire de sciences physiques et dire qu'il voudrait faire une recherche sur tel ou tel phénomène étudié dans ce laboratoire ? Il serait éconduit, tout simplement. Il règne donc dans notre société une série d'idées préconçues, formant une idéologie de type « politiquement correct », qui fait qu'il est tabou de dire que les sciences humaines sont radicalement différentes des sciences naturelles et physiques et qu'elles nécessitent une formation scientifique spécifique, sérieuse et longue... Évidemment, pour défendre plus précisément ce point de vue il faudrait reprendre ici les études de l'école de Chicago, de l'école de Palo Alto... et les analyses de Brentano, de Dilthey, de Weber, de Schutz et de tant d'autres...

Apporter une réponse à la problématique de recherche annoncée

- 55 Comme nous l'avons vu, une problématique se discute, elle évolue aussi tout au long de la recherche. Mais le résultat de la recherche (et donc ce qui est rapporté dans le compte-rendu de recherche) doit concerner la problématique principale mise à jour et signalée comme telle. On peut remarquer que certaines recherches « oublient » les problématiques qu'elles proposent ou, encore, se présentent comme un « balayage » de nombreuses problématiques, toutes fort intéressantes, mais dont aucune n'est finalement traitée. Il faut également signaler ici qu'il existe de nombreuses possibilités de formuler des problématiques à partir de la reformulation, en termes propres aux SIC de problématiques d'autres disciplines de sciences humaines.

Trouver le bon cadrage

- 56 Nous l'avons vu, il faut trouver le bon cadrage de sa recherche pour éviter la tentation de la référence implicite au modèle de la causalité linéaire et pour se positionner dans un modèle systémique, porteur, nécessairement, de la causalité circulaire (rétroaction des causes et des effets dans un système). Pour trouver le « bon cadrage », il faut d'abord essayer de bien appréhender le contexte de la recherche, c'est-à-dire avoir fait une bonne pré-enquête sur les tenants et aboutissants du problème considéré dans le domaine d'application choisi (cf. le conseil : clarifier le contexte de la recherche).
- 57 Un bon exemple de l'intérêt d'un cadrage large et pertinent nous est donné par une étude d'O. Chantraine sur l'affichage publicitaire¹¹.
- 58 Nous savons que les études sur la publicité, et notamment sur l'affichage, sortent rarement du modèle Émetteur-Récepteur qui est encore largement le modèle de référence du marketing. O. Chantraine part de la métaphore de l'écriture-lecture et décide de considérer l'affichage publicitaire d'une ville comme une lecture de signes – parmi d'autres signes – qui s'offrent à un acteur écrivain de son emploi du temps et de son parcours dans la ville. Ce faisant, il recadre complètement l'affichage, et dessine un contexte tout à fait différent de la situation habituelle qui met toujours aux prises une « cible » avec « un message » (cadrage court). L'affiche est considérée successivement dans le système des autres signes qu'offre la ville et dans l'ensemble des discours publicitaires qu'offrent les autres médias. L'affiche se situe d'abord parmi les panneaux et autres repères relevant du code de la route ; elle se situe ensuite parmi les signaux conventionnels que s'adressent les acteurs circulant dans la ville ; elle se situe aussi parmi les signaux municipaux, formels ou informels, ayant des destinataires ciblés ; elle se situe enfin parmi toutes les marques de territoires, monuments et bâtiments, qui permettent aussi la lecture normale de la ville et des trajets urbains. En s'insérant dans cette importante signalétique, l'affichage participe à la construction d'un sens supplémentaire à ces ensembles de signes, il en « structure le texte », il « motive et dé motive » leurs énoncés. Avec ce cadrage nouveau, l'affichage est analysé comme un élément d'un système fait d'ensembles de signes. Il contribue à la genèse d'un sens superposé aux autres significations. Ce sens peut être la socialisation de l'espace ou la mise à jour des enjeux sociaux cachés (territorialité, expressivité, pouvoir...). Mais l'affichage urbain

s'intègre aussi nécessairement dans un autre contexte : le contexte de l'ensemble des publicités médiatiques. Cet ensemble des publicités médiatiques fonctionne alors comme référent culturel de compétence de décodage qui permet la lecture commune des affiches et une sorte de « connivence » entre les acteurs urbains. Ainsi est effacé l'impact individuel des affiches urbaines sur leurs cibles. Elles participent à une écriture du monde civilisé que les acteurs sauront lire.

- 59 On voit donc l'intérêt de la conception interactionniste et systémique des phénomènes à travers l'application d'un nouveau cadrage à l'analyse d'un phénomène classique. Ce type de cadrage peut être utilisé dans toutes les études sur les médias ou sur les NTIC.

Se montrer soucieux des retombées méthodologiques, théoriques, sociétales ou pratiques des découvertes de sa recherche

- 60 Une recherche bien faite mène à des découvertes, lesquelles trouvent normalement des applications dans différents domaines : théorique, méthodologique, sociétal ou pratique. Ce qui est frappant dans l'ensemble des recherches que j'ai parcouru pour rédiger ces réflexions, c'est l'absence de toute préoccupation des chercheurs pour penser à de quelconques retombées de leur recherche. Je n'ai lu pratiquement aucune conclusion montrant le souci de connecter les résultats d'une recherche à des conséquences théoriques ou concrètes.
- 61 Dans le domaine théorique, personne n'a tiré de conclusion de validation ou d'invalidation de tel ou tel principe ou de telle ou telle théorie. Personne n'a mis en relation ses découvertes avec le point de vue épistémologique ou théorique pris. La grande majorité des recherches semble s'effectuer dans le vide épistémologique et théorique. Tout se passe comme s'il était malsain d'évoquer de tels référents. Ils sont supposés connus, mais on ne peut (ou veut) les évoquer trop précisément. Pourquoi semble-t-on avoir peur de ce qui pourrait amorcer un débat épistémologique et théorique ?
- 62 Dans le domaine méthodologique, personne n'a conclu à l'utilité de telle ou telle méthode, à l'adaptation nécessaire de telle ou telle technique d'enquête à un domaine particulier, personne n'a proposé à la communauté scientifique l'utilisation de telle ou telle méthode composée de tel ou tel ensemble de techniques de recueil et d'analyse dont l'efficacité aurait été testée dans la recherche. Pourquoi semble-t-on avoir peur de s'engager sur le terrain de la méthodologie ?
- 63 De même, dans le domaine des applications de nos sciences aux problèmes de la société, des organisations ou des groupes, les recherches ne donnent aucune idée. Ce que l'on pourrait appeler « les retombées techniques » de la recherche n'apparaît pas. Les applications pouvant servir à la maîtrise de la vie quotidienne ne semblent pas intéresser les chercheurs. Ce détachement est-il induit par le contexte des communications à un congrès scientifique ou révèle-t-il le refus de penser la vie sociale et l'action ?
- 64 Cette déconnexion des recherches fondamentales (ou même appliquées) de la réflexion « utilitaire » (au sens noble) semble révéler un certain désengagement des chercheurs vis-à-vis de la méthodologie, de la théorie, de la société, de l'action quotidienne, de tout ce qui pourrait les ancrer dans le concret scientifique et social. Cette attitude donne

l'impression d'un groupe de chercheurs fermé sur lui-même et sécrétant une identité en marge de l'action et d'une emprise quelconque sur le monde.

- 65 Si ceci m'apparaît ainsi, c'est, bien sûr, que cela heurte mes valeurs d'engagement et d'action. Mon point de vue serait alors ici purement idéologique si je ne pouvais avancer des arguments pour faire valoir l'intérêt – pour la discipline – de penser aux retombées épistémologiques, théoriques, méthodologiques et concrètes des recherches faites. Les sciences de la communication, interdisciplinaires, nouvelles venues dans le panorama scientifique des sciences humaines (21 ans d'âge), ont à faire la preuve de leur identité scientifique et de leur apport pertinent à une société que l'on se plaît à dire « de communication ». Les SIC ont à faire la preuve de leur capacité à apporter des solutions concrètes aux problèmes communicationnels de notre société. Pour favoriser ce positionnement, il paraît simple de demander à tous les chercheurs de bien vouloir intégrer la préoccupation générale de penser aux diverses retombées de leurs recherches et de les signaler dans la diffusion de leurs résultats.

Conclusion

- 66 Voici donc un ensemble de réflexions livré à la communauté des chercheurs en SIC sous forme de « conseils ». Ces conseils découlent d'analyses critiques de travaux de chercheurs. Ils ne sont justifiés que par mon désir d'offrir quelques grandes recommandations pouvant guider les jeunes chercheurs qui, comme tous les jeunes chercheurs, j'ai pu aussi le constater dans d'autres disciplines que la nôtre, ont besoin d'orientations.

NOTES

1. Dans son dernier ouvrage. *Lettre à Alain Juppé*, Arléa, 1996, Daniel Bougnoux déplore qu'il n'y ait pas assez de débats scientifiques entre les chercheurs. Ces débats ont lieu dans des cercles peut-être trop restreints, et il est vrai qu'il serait souhaitable de leur donner plus d'ampleur si l'on pense que la confrontation paisible des idées peut être bénéfique.
2. Lise Santerre, « Micro-ordinateur domestique et rapports sociaux de travail », in *Les sciences de l'information et de la communication : approches, acteurs, pratiques, depuis vingt ans. Actes du colloque de la SFSIC*. Toulouse, 1994, pp. 195,203.
3. Glaser B. & Strauss A., *The discovery of grounded theory*. Chicago, Adline Publishing, 1967
4. Bernard Floris, « Espace privé et gestion symbolique de l'individualité », in *Les sciences de l'information et de la communication : approches, acteurs, pratiques depuis vingt ans. Actes du colloque de la SFSIC*, Toulouse, 1994, pp. 103-110.
5. Pierre Paillé, « L'analyse par théorisation ancrée ». *Cahiers de recherche sociologique*. 1994,n° 23. pp. 147-181.
6. Dans l'Université française : « Diplôme d'études approfondies » qui sanctionne une année de recherche après la maîtrise et qui prépare à l'entrée en doctorat.
7. C'est-à-dire une stratégie de recherche appropriée combinant différentes techniques qualitatives de recueil et d'analyse.

8. « Espace privé et gestion symbolique de l'individualité », Bernard Floris, in *Les sciences de l'information et de la communication : approches, acteurs, pratiques depuis vingt ans. Actes du colloque de la SFSIC*, Toulouse, 1994, pp. 102-110.
 9. Article : Méthodologie d'une recherche qualitative, in *Dictionnaire des méthodes qualitatives*, sous la dir. d'A. Mucchielli, Armand Colin, 1996.
 10. Voir sur ce point l'ensemble des méthodes qualitatives décrites, avec des exemples in *Dictionnaire des méthodes qualitatives*, sous la dir. d'A. Mucchielli, Armand Colin, 1996.
 11. Olivier Chantraine, Affichage publicitaire et trajets quotidiens : approche de la textualité des lieux publics in *Les sciences de l'information et de la communication : approches, acteurs, pratique depuis vingt ans. Actes du colloque de la SFSIC*, Toulouse, 1994, pp. 238-248
-

RÉSUMÉS

La lecture d'un ensemble d'articles et de comptes-rendus de recherche en sciences de l'information et de la communication inspire un certain nombre de réflexions à un directeur de recherche qui nous en fait part. Ses remarques concernent aussi bien l'utilisation des « hypothèses de recherche » que la formulation d'une « bonne problématique » ou que l'explicitation d'une « méthodologie appropriée » en passant par la définition d'un « bon cadrage » ou la nécessité de se montrer préoccupé des retombées scientifiques et techniques de la recherche. Bien entendu ses « conseils » révèlent des positions épistémologiques, théoriques et pratiques précises sur lesquelles, d'ailleurs, il souhaite que s'instaure un vrai débat entre les chercheurs de la discipline.

By reading articles and reports about communication and information science research, a supervisor was deeply inspired by many thoughts he lets us know. The comments he made deal as with the use of « research hypothesis » as with the wording of a « good problematic » or with the explanation of an « appropriated methodology » through the definition of a « correct context » or the necessity to show an interest for technical and scientific consequences for research. Obviously, his « advices » reveal precise epistemological, theoretical and practical points of view from which, by the way, he wishes a real debate to be installed between specialized researchers in this field.

INDEX

Mots-clés : méthodologie, recherche, communication, méthode qualitative, paradigme de la complexité

AUTEUR

ALEX MUCCHIELLI

Alex Mucchielli est professeur de sciences de l'information et de la communication à l'université de Montpellier 3. Après avoir été professeur de sociologie (sociologie des organisations) pendant douze années, ses travaux l'ont orienté vers cette nouvelle

discipline. Il codirige un DEA de communication centré sur les NTIC et a été amené à faire un certain nombre de mises au point pour ses chercheurs en pilotant notamment la publication d'un *Dictionnaire des méthodes qualitatives* (Armand Colin, 1996) et en positionnant clairement la partie communication des SIC dans le paradigme de la complexité avec comme référents théoriques le systémisme et le constructivisme (*Les sciences de l'information et de la communication*, Hachette, 1996).