L'éclairage médiologique pour penser les organisations

Daniel Bournoux et Sylvie Bourdin

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/2496>

DOI : 10.4000/communicationorganisation.2496

ISSN : 1775-3546

Éditeur

Presses universitaires de Bordeaux

Édition imprimée

Date de publication : 1 mai 2001

ISSN : 1168-5549

Référence électronique

Daniel Bournoux et Sylvie Bourdin, « L'éclairage médiologique pour penser les organisations », *Communication et organisation* [En ligne], 19 | 2001, mis en ligne le 27 mars 2012, consulté le 01 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/2496> ; DOI : 10.4000/communicationorganisation.2496

Ce document a été généré automatiquement le 1 mai 2019.

© Presses universitaires de Bordeaux

L'éclairage médiologique pour penser les organisations

Daniel Bounoux et Sylvie Bourdin

- 1 Depuis une dizaine d'années, la médiologie se faufile à travers les frontières de plusieurs disciplines, dans et hors de l'institution universitaire et des SIC. Est-ce la personnalité parfois déconcertante de son initiateur Régis Debray, ou la diversité des objets d'études abordés par onze numéros des *Cahiers* ? Ce développement apatride a attisé plusieurs critiques, et semé le soupçon autour de « la médio ». Le vocable médiologie et ses déclinaisons font encore l'effet du chiffon rouge agité devant le taureau de combat.
- 2 Les deux auteurs de la présente contribution ont souvent rencontré ces réactions, mais ils ne se résignent pas à cacher leurs préférences théoriques, et ils n'ont pas la médiologie honteuse. À fréquenter l'institution de la recherche universitaire en SIC, ils ont le sentiment que la sensibilité médiologique existe, comme un courant souterrain à travers les principales questions de notre discipline. Deux exemples (ni aléatoires, ni anodins). Tout d'abord l'étude et la réflexion sur les dispositifs techniques (les médias bien sûr, mais pas seulement, les objets professionnels et les outils de communication également¹) tiennent une part importante de la recherche. L'intérêt et l'accent portés sur la technique, sa réhabilitation comme objet d'étude confirment l'émergence et la progression du questionnement médiologique. Ajoutons que la perspective écologique, théorisée pour les sciences humaines et sociales notamment par Morin, et dans laquelle s'inscrit, la médiologie, semble assez partagée et a pris rang de paradigme même s'il est plus facile de s'en réclamer que d'en tirer des analyses de terrain.
- 3 Sur un autre versant, de nombreuses recherches en SIC voudraient mieux comprendre les rapports de force pragmatiques, les mille et une modalités de l'influence, les mystères du ministère, du magistère ou, en général, de l'efficacité symbolique.
- 4 S'il est inconfortable de se déclarer médiologue, la médiologie n'en offre pas moins un cadre d'intelligibilité stimulant. Nous sommes convaincus que son approche apporte aux études sur les objets techniques une ouverture conceptuelle, en inscrivant ces médiations et ces objets matériels au cœur des phénomènes pragmatiques de pouvoir et d'efficacité symbolique. Quant aux études sur la médiation (la pragmatique et l'espace public par

exemple), elles gagneront à mieux prendre en compte le milieu des hommes et de leurs outils. Il serait donc temps d'ouvrir nos travaux à la médiologie.

- 5 Néanmoins, il a été fait à la médiologie des critiques qui résistent à un haussement d'épaules. Tout d'abord on lui reproche de ne produire que des essais (au sens péjoratif du billet d'humeur ou du développement spéculatif), des analyses générales dans lesquelles le recours à l'illustration, le choix des exemples puisés dans le réel, s'effectuent de manière cavalière et fort peu scientifique. Les rédacteurs des *Cahiers* pourraient répondre par le choix même de leurs sommaires, qui montrent une recherche évidente de « terrain ». L'absence d'études empiriques n'est pas une faille de la construction médiologique, mais une insuffisance temporaire. Une autre critique leur conteste la légitimité de leur enseigne : existe-t-il une spécificité de l'approche médiologique qui justifie la création d'un néologisme particulier ? Sensible au temps long et à la trajectoire des énoncés, la médiologie aurait-elle escamoté une partie de son patrimoine conceptuel ? Reste-t-elle en débit vis-à-vis de ses pères ?
- 6 Enfin, il y a l'accusation récurrente de sombrer dans le déterminisme technique, de poser des rapports structurants, des effets lourds, des objets sur le sujet ou les groupes sociaux.
- 7 Cette critique recouvre en fait deux réalités distinctes : une divergence de fond et une caricature. La mise en accusation pour déterminisme technique peut trahir la résurgence de l'idéalisme philosophique, et une crispation nostalgique sur le fantasme du sujet autosuffisant, lequel verrait d'un mauvais œil cette nouvelle blessure narcissique. Mais comment penser la pensée, et l'accumulation symbolique de ce qu'on appelle une culture, sans ces prothèses et dispositifs structurants de transmission : sans l'écriture, les routes, le papier, l'éclairage ou l'organisation matérielle des communautés ?
- 8 L'accusation de réductionnisme scientifique témoigne d'une lecture elle-même réductrice, et à coup sûr partielle. Car aucun médiologue ne prétend qu'un objet produirait mécaniquement un effet sur les individus. Mais ce reproche régulier mérite qu'on y revienne signalant probablement, en négatif, une lacune dans les développements médiologiques.
- 9 Il s'agira ici d'opposer aux critiques une médiologie en acte. Et pour cela, de commencer par réduire la toile, ou localiser l'investigation. De faire jouer les concepts et questionnements médiologiques dans le cadre d'un champ de recherches institutionnellement identifié, relativement bien délimité en SIC et nouveau pour la médiologie. Le resserrement sur un champ permet de dissiper quelques critiques adressées à la médiologie : l'éloignement du terrain et le déterminisme technique. La réponse aux objections passera par une démonstration in vivo.
- 10 On a choisi de se pencher sur le monde de l'entreprise, de l'économie, de l'activité professionnelle. On va poser sur les organisations² un regard de médiologue, non pour annexer un territoire en prescrivant une approche, ni en substituant un éclairage à un autre. Le projet n'est pas tout à fait inédit. Une première réflexion a été menée et la délimitation d'une médiologie des organisations a été entamée (Bourdin, 2000).
- 11 L'actuelle contribution se propose d'approfondir et de préciser le programme d'une médiologie des organisations en intégrant à l'analyse, pour l'affiner, les développements ouverts par Daniel Bournoux. Louise Merzeau et Régis Debray dans le n° 6 des *Cahiers de médiologie*. Elle permettra de délimiter le champ d'efficacité heuristique de la médiologie en la sollicitant sur un thème pour elle exotique : quels développements l'objet d'étude appelé organisations inspire-t-il au médiologue ?

Une logique des organisations

- 12 De nombreuses études SIC sillonnent le vaste champ des organisations. Le couple SIC-organisation recouvre une hétérogénéité d'objets, de points de vue, d'approches et de cadres théoriques et méthodologiques dont on commence à percevoir les contours³. Fortement occupé par les théories et pratiques professionnelles, difficilement dissociables des précatégorisations de la communication professionnelle (Bernard, 2000), le champ des organisations embrasse tout à la fois la coopération et les stratégies de pouvoir, les pratiques professionnelles et les nouvelles organisations productives.
- 13 La médiologie, elle, est une pensée de l'efficacité des médias et des outils de relation. Une de ses caractéristiques est de s'intéresser tout à la fois aux effets ascendants, symboliques et sociaux, des techniques (bottom/up) et à l'efficacité symbolique, aux messages performants, au discours efficace (top/down). Préoccupée tout d'abord de la propagation des idées, telles le christianisme ou la psychanalyse, elle s'ingénie à mettre en évidence les complexes hommes-choses, à retracer les interactions des chaînes sociotechniques et analyse les modalités de la propagation des messages entre la matière organisée et l'organisation corporéisée.
- 14 Si cette rapide définition et les thèmes d'études de la médiologie semblent à première vue éloignés des organisations, les questions et les éclairages médiologiques trouvent un écho singulier dans ces lieux de production de biens, de services, de symboles, ces espaces d'expérimentation et d'acclimatation des nouveautés technologiques, cette matrice singulière de la logistique du pouvoir.
- 15 Il est séduisant de relier la médiologie et les organisations dans la mesure où ce mariage conduit à redessiner les contours d'un objet « organisation » et renouvelle les perspectives de la recherche. Les organisations méritent une investigation élargie, délivrée de la triste polarité constituée, d'un côté par le discours critique (influence marxiste) et de l'autre par les travaux d'une recherche appliquée à vision utilitariste et normative. L'intérêt est aussi de dépasser l'expression connotée de communication et de dévoiler ce qui se joue à la rencontre des objets et des hommes, des supports et des discours, de la croyance et des comportements, des modernisations techniques et des recompositions organisationnelles. Explorer l'intuition selon laquelle les outils de communication et autres supports d'échanges, ni prothèses neutres, ni instruments de la direction, participent largement à la connaissance et à la compréhension de l'entreprise.
- 16 L'approche médiologique est envisagée comme une boîte à outils heuristique pour étudier ce qui, dans un collectif de travail permet à ce collectif d'exister, de fonctionner, de se reproduire et éventuellement d'évoluer. Si tant est que l'on s'accorde à reconnaître que les organisations ne sont pas réductibles à leur seule finalité économique ni aux visées du pouvoir.
- 17 Définie en termes médiologiques, l'organisation est un lieu de transmission (d'informations opératoires, de capital symbolique) où se joue avec une acuité réelle et singulière le passage du dire au faire. Terrain de prédilection pour l'expérimentation des innovations techniques, niveau intermédiaire entre l'interindividuel et le social, tour à tour point d'émission ou de réception des énoncés de l'air du temps, les organisations constituent un terrain d'observation légitime, délimité et singulier⁴.

- 18 Trois entrées de la médiologie s'imposent comme fécondes dans le cadre des organisations :
- 19 1. L'intérêt apporté aux dispositifs d'inscription, d'échanges et de stockage permet de mettre au jour la place et l'impact que tiennent les objets dans les processus sociaux et les collectifs de travail.
- 20 2. Le désenfouissement du matériel trouve son sens dans la mesure où il constitue une modalité éclairante du faire faire. Le réflexe médiologique qui tend à envisager avec un souci d'exhaustivité, si possible, les différents facteurs qui participent de l'efficacité d'un message sans opérer de coupure ontologique entre les médiateurs techniques et humains, conduit à repenser, en l'éclairant, une fonction médium. La médiologie n'apporte pas seulement la prise en compte des outils et des dispositifs, elle les envisage comme éléments à part entière de l'agir. Cette perspective conduit à une réhabilitation du matériel, raccordé aux fonctions symboliques, dites supérieures.
- 21 3. La détermination par les supports (éléments déterminants parmi d'autres) permet de comprendre les phénomènes de changement, de régression ou de stagnation en les assignant à une autre sphère que la volonté ou la conscience des individus. Le pouvoir, l'autorité, la motivation, la contrainte et l'influence, thèmes prolifiques des recherches sur les organisations, sont examinés de manière originale et stimulante à partir des thèses médiologiques.
- 22 L'apport de la pensée médiologique est de déplacer le point d'observation des organisations. Elle conduit à l'abandon d'un point de vue centré sur l'organisation et présente une vision plus écologique : logique des médias, écologie des actes et des appareils de communication, analyse de l'organisation en termes de milieu, prise en compte des influences organisations société. Elle amène à des rapprochements des mises en perspective rafraîchissantes rompant avec les distinctions routinières ; interne externe, et décentrant enfin le regard de la communication volontaire et formelle, pour englober dans son investigation les formes émergentes d'échanges, les influences qui traversent l'organisation, que celle-ci incorpore dans ses discours et dans ses choix (techniques, stratégiques, humains...). Enfin la médiologie, invite à une typographie de la balistique des énoncés créés dans l'organisation qui se diffusent au dehors et agissent sur les représentations sociales.
- 23 L'adoption d'une posture médiologique pour la recherche sur les organisations ouvre un programme de travail portant sur :
- 24 – Les modifications des manières de travailler qui émergent dans un environnement de travail fortement occupé par les dispositifs techniques. On peut relire, à la lumière des analyses médiologiques sur des relations sociotechniques et leurs incidences réciproques, de nombreuses études de terrain, qui pointent la place de la technique dans les recompositions des organisations : que ces transformations opèrent dans le cadre de l'activité quotidienne, ou à des niveaux plus stratégiques, plus généraux, à moyen terme, sur la répartition du pouvoir, les modalités de contrôle et de domination sur les individus, la hiérarchie des compétences⁵.
- 25 – La logistique du pouvoir : le faire faire est une question centrale dans les organisations. Le management et la performance sont plus que des stéréotypes issus de la vulgate professionnelle. Les organisations, groupes socio-techniques à finalité productive, sont des lieux évidents de pouvoir dans lesquels les aspects nombreux et toujours un peu mystérieux du faire faire se donnent à voir. Il est intéressant de souligner combien les

modalités de contrôle et de domination indirects s'appuient, souvent de manière revendiquée, sur des dispositifs techniques : ceux affectés à la réalisation de l'activité (les supports opératoires directement indexés sur le faire faire), comme ceux qui diffusent le discours managérial et par lesquels le pouvoir et le contrôle s'effectuent.

- 26 – Les analyses en terme de milieu. Elles enrichissent les études en invitant à la prise en compte des allers-retours organisations-société et à l'analyse de leurs pénétrations réciproques, leurs influences mutuelles. Le point soulevé ici est très intéressant car il permet d'envisager les organisations aux prises avec une média sphère dans laquelle elles s'inscrivent mais qu'elles contribuent à dessiner. On s'interroge sur la place qu'occupent les organisations dans le succès des innovations technologiques et leur diffusion dans le social (dont elles sont une partie). Il est profitable de mettre au jour le rôle tenu par les organisations dans le succès de l'informatique en réseau qui constitue un support privilégié d'inscription et de transport des traces.
- 27 Parmi de multiples possibilités, le choix d'un programme d'études médiologiques des organisations est développé à partir du faire faire ; le verbe performant. Retracer le parcours des énoncés qui marchent – en tenant à la fois le matériel, la logistique, et le symbolique, le message, l'énoncé au regard de ses effets – constitue une méthode, un parti pris théorique et une gageure. Il reste à identifier les étapes, à décomposer les différents médias (techniques et humains), à hiérarchiser leur contribution, à mesurer les effets. La tâche est vaste mais nul doute que les organisations constituent un terrain inépuisable.
- 28 La transposition de la médiologie aux organisations a déjà laissé entrevoir des limites. Tout d'abord le champ circonscrit des organisations pose question en ce qui concerne son « statut » d'objet médiologique (il n'est rien face aux institutions humaines gigantesques telle que le christianisme).
- 29 Enfin le problème le plus important tient dans la catégorie vidéo sphère. Le concept de média sphère est doublement intéressant : c'est une première (Debray, 1991) tentative de préciser, de faire jouer les développements médiologiques. La notion de média sphère, milieu collectif caractérisé par un régime dominant d'inscription de transport et de stockage des traces dont on déduit un organon symbolique, des paradigmes d'attraction, une référence légitime, un régime d'autorité symbolique... est stimulante appliquée au champ des organisations. Mais l'identification d'un régime caractérisé par l'audiovisuel, l'image et le flux ne dispose pas d'efficience au regard du milieu commun aux organisations dominé par l'informatique (en réseau). La média sphère est en débat chez les médiologues. Elle est soumise à un examen critique dans le stimulant article de Yves Jeanneret. Louise Merzeau, pour sa part, enrichit la notion de média sphère et la précise.

Actualités de la médiologie

- 30 Un des points à éclairer pour avancer dans une mise en acte de la médiologie, tient dans l'ouverture de la boîte noire dire faire. S'il est séduisant de focaliser l'attention sur l'ensemble des dispositifs inextricablement techniques et humains qui régulent savoir, croyances et opinions, les modalités pratiques de ce processus demeurent vagues, rester à un tel niveau de généralisation dissout toute opérativité et prête le flanc à la critique.
- 31 Or, pour dépasser une investigation séparée, ou au mieux parallèle, des objets techniques d'un côté et de l'autre de l'efficacité des interactions discursives, il faut, au-delà du

constat d'une « interposition » des facteurs techniques dans nos relations, s'intéresser à l'articulation de ces interfaces aux agents de cohésion et de hiérarchisation qui permet d'élaborer une vision multidimensionnelle qui puisse restaurer l'intelligence des ensembles.

- 32 On trouve, dans les contributions de Merzeau, Debray, Jeanneret dans le n° 6 des *Cahiers* d'utiles précisions théoriques qui actualisent les recherches en médiologie des organisations et qui contribuent du même coup à dissiper l'objection déterministe. On retient, dans tous les cas, le souci de détourner les innombrables corrélations qui ajustent l'homme à ses techniques ; désembroûter, décomposer l'enchevêtrement des étapes du processus médiologique, identifier les changements d'échelle dans l'espace et dans le temps, dans l'économie des messages. Enfin, mettre en lumière les rapports, de filiation, d'alliance ou de tension qui prévalent dans la formation des milieux socio-techniques, et apprécier leur transport dans le temps.
- 33 Une première étape dans une analyse de la logique des médias conduit à identifier des étapes et des états. Debray propose un phasage théorique qui définit la nature des imbrications entre le temps long des usages et des cultures, et le temps court de la technique : « une anthropologie longue fonde en droit et en fait une écologie culturelle laquelle détermine une technologie symbolique d'où dérive une pragmatique des messages ». La formule est ramassée, elle a le mérite de faire gagner en intelligibilité le phénomène de propagation des messages, démontrant les articulations, les liens qui s'établissent du conditionné à sa condition d'existence, des grands ensembles anthropologiques aux jeux de la praxis.
- 34 La distinction organisation matérialisée (OM), matière organisée (MO) clarifie la fonction médium et contribue à cerner plus précisément la nature de cette inter détermination circulaire des médiateurs et de leurs outils. L'organisation matérialisée, catégorie de compréhension et élément de la paire médium, désigne parfois des organismes de rattachement et des institutions relais c'est-à-dire une catégorie particulière des organisations professionnelles. Cette proximité et ce recouvrement partiel convient à traquer, dans les poussées communautarissantes et la poursuite obstinée de l'organisation de se fonder en collectif, la part de religieux qui irrigue le social, même s'il ne s'agit pas de rabattre les organisations sur les organisations matérialisées.
- 35 Louise Merzeau, s'attarde, quant à elle, à la mise en évidence précise, documentée du nœud socio-technique, s'appliquant à rendre compte du processus, identifier les points de liaison, nommer le collectif hommes/choses. L'intérêt est porté sur la technique dans la mesure où elle informe, transforme et transporte mémoire, comportements, savoirs, croyances, appartenances et représentations. Les terrains d'observation des organisations, offrent autant d'études de cas pour élaborer une théorie descriptive et localisée de la dynamique circulaire des relations et des rapports complexes entre les objets techniques : qu'il s'agisse de mettre en évidence la nature de l'impact des TIC, d'illustrer de manière micro l'influence de la technique sur le social ou d'illustrer les modalités d'interpénétration des savoirs et des croyances qui nourrissent le social.
- 36 Par ailleurs la médiologie restait, avec la catégorie média sphère, un peu en suspens. Le concept de « milieu porteur », générateur de valeurs, matrice de l'efficacité discursive, affleure dès que l'on fréquente un peu le monde professionnel. Mais la vidéo sphère ne constituait pas un cadre d'intelligibilité, pertinent pour le champ des organisations. L'interface informatique sur le modèle de l'hypertexte et du réseau, s'impose comme le dispositif central encore émergent de production et de diffusion des messages et des

normes dans les organisations. L'identification d'une nouvelle média sphère, l'hyper sphère – dont les conséquences sur la propriété intellectuelle, la hiérarchie des compétences, la gestion des connaissances, la mémoire, la recomposition de l'activité et les relations au pouvoir sont déjà très perceptibles – relance les études. Dans le champ des organisations, l'analyse en terme de milieu socio-technique constituent un cadre descriptif et explicatif productif. Concrètement, l'identification d'un régime dominant (logo/grapho/hypersphère) par organisation, constitue un critère fort de compréhension du discours performant et des modalités particulières de l'efficacité dire faire.

- 37 La laborieuse modernisation de la fonction courrier de La Poste, organisation idéale de la graphosphère s'éclaire quand on rapporte les actuels brouillages de son image, de sa mission et de ses activités, au choc des médiasphères. L'introuvable réorganisation du travail, les plans sociaux à répétition et une grève endémique ne sauraient s'expliquer par la crispation des fonctionnaires sur les avantages acquis. Les salariés s'opposent avec des pratiques et des mots d'un autre temps, à un changement organisationnel qui est intuitivement entendu comme contradictoire avec les missions de l'organisation. On assiste en direct et dans la durée, au long et douloureux processus d'ajustement entre le milieu de l'organisation, et les critères et valeurs sociales dominantes. La pertinence heuristique du concept de milieu permet de saisir les spécificités des organisations matérialisées que sont les organisations, et les interactions réciproques qu'elles entretiennent avec un milieu plus vaste : en avance sur l'intégration informatique dont elle participe à la prescription et au développement, elle reste, dans le cadre de son fonctionnement interne en retrait vis-à-vis de la vidéo sphère.
- 38 Assumer l'orientation empirique et affronter les « productions de la trivialité » (Jeanneret, 1998), dans le rapprochement médio-organisations, conduit à opter pour une médiographie
- 39 Qu'il s'agisse d'éclairer la logistique du pouvoir ou la nature de la causalité technique et ses effets, il convient de descendre encore dans l'expérimentation empirique et de confronter les grilles d'analyse, particulièrement la notion d'hypersphère et les chaînes sociotechniques, aux réalités contextualisées et originales des études monographiques.
- 40 Transcrire la transmission

Variations libres du médiologue

- 41 On attend du rapprochement entre l'approche théorique et le champ d'études expérimentales une fertilisation croisée qui ne saurait se réduire à la rumination des textes, aux figures imposées de la transposition conceptuelle. La séduction médiologique tient aussi et pour beaucoup dans les perspectives inédites et fécondes qui émergent au carrefour de l'appareillage théorique et de la créativité individuelle. On conclura en laissant la parole au médiologue. Introduisant une entorse dans les règles académiques de la production scientifique, on glisse vers une énonciation individuelle.
- 42 Quel regard le médiologue, peu au fait de l'organisation professionnelle et des études qui lui sont consacrées, pose-t-il sur les organisations ? Quelles pistes lui suggèrent le terrain des organisations professionnelles ?
- 43 Dans organisation, je crois que le médiologue entend d'abord l'organisme, et les fameuses métaphores organicistes étudiées par Georges Canguilhem dans un article demeuré fondateur pour le philosophe que je suis. Nous avons avec Régis Debray proposé de

distinguer fondamentalement, et d'articuler entre elles, deux strates ou composantes de nos études : l'organisation matérielle (les « corps constitués ») et la matière organisée (les outils). Sans leur efficacité distincte, et leur convergence, l'idée est qu'on ne peut rendre compte du phénomène majeur de la transmission (majeur parce qu'il constitue vraiment le propre de l'homme, et de toute culture). Une boîte noire de notre paradigme est donc enfermée là, dans ce mot d'organisation, qui renvoie à cette question princeps à laquelle nous allons consacrer un prochain Cahier : que veut dire au juste « faire corps » ? Le corps étant aussi, pour le dire autrement, l'alpha et l'oméga de toutes nos performances machiniques, il est du même coup peu probable qu'il s'évapore dans le virtuel ou les mille et une modalités de la télé (travail, vision, présence, etc.). Ces organisations sont des lieux intenses de mise en œuvre et en circulation des Technologies d'Information et Communication, et on observe que l'insertion ou l'expérimentation des TIC s'y joue par vagues successives. Voilà donc un bon terrain pour une médiologie de l'approche « bottom/up ».

- 44 La question de la performance du discours est au cœur des problématiques des organisations. On peut pointer deux angles d'attaque du « verbe efficace ». Les organisations actualisent quotidiennement le passage du dire (les orientations stratégiques, les engagements opérationnels, les commandes, les procédures,...) au faire, soit la production (de biens ou de services). Et faire faire passe aujourd'hui plus qu'hier par faire croire. L'homme agit sur l'homme de manière indirecte, et à distance. La mobilisation et l'investissement optimaux des salariés s'obtiennent moins par injonction et commandement que par la négociation, la séduction ou ce que Bourdieu appelle en général la domination symbolique – laquelle ne se ramène jamais tout à fait aux rapports de force d'une violence ou d'une énergie nue -. Rappelons-nous que la communication commence toujours, précisément, là où s'arrête l'énergie.
- 45 Mais dans cette communication, c'est aussi le moment de le rappeler, s'entend toujours le fantôme de la communauté, ou de ce que nous avons (et sommes) en commun. A cet égard, le religieux constitue l'horizon, mais aussi la loupe grossissante, de toute organisation. Le modèle scruté par Régis de la transmission évangélique, et de l'alchimie ecclésiastique, ne me paraît donc nullement obsolète, ni anachronique, pour regarder le monde de l'entreprise, et la lecture d'un livre comme *Critique de la raison politique ou l'inconscient religieux*, paru en 1981 et demeuré fort inaperçu, me semble s'imposer en préalable à toute pensée des organisations. Il serait trop facile de montrer, par exemple, comment le religieux resurgit et s'acclimate aujourd'hui (on ne tue bien que ce qu'on remplace) sous les formes classiques, et claniques, de la culture maison, du projet d'entreprise, des valeurs partagées, etc.
- 46 Les médiologues gagneraient donc à jeter un œil sur les organisations pour dépoussiérer de vieilles opinions, et un fond de désintérêt hérité peut-être de l'influence marxiste, qui entraîne à diaboliser plus ou moins consciemment le monde des entreprises... Par ses paradigmes comme par ses objets, la médiologie doit aujourd'hui s'expliquer avec le marxisme, et s'arc-bouter contre lui.
- 47 Les médias, pour le dire vite, demeurent l'impensé du marxisme. Il serait donc productif d'examiner le projet de domination symbolique au regard des dispositifs de production, de diffusion des messages qui relèvent de l'exercice du pouvoir : la mobilisation et le contrôle pour faire vite.
- 48 Un pouvoir n'agit jamais seul mais avec des relais. Un pouvoir fait avec (ou contre parfois) les technologies de transport des messages et compose avec les formes d'accréditation du

discours performantes dans le contexte (l'entreprise et l'époque). On gagnerait à saisir et décrire précisément la place et la part des objets techniques, les dispositifs d'échanges, dans la mise en œuvre des projets de domination.

- 49 Mais surtout l'approche médiologique, en prêtant attention aux complexes socio-techniques et en mettant à jour la logique des médias, déséquilibre l'idée totalisante (totalisatrice) de domination symbolique. Le désenfouissement du matériel et l'affirmation de sa force transformatrice, son rôle dans le complexe socio-technique de chaque organisation... tout cela réduit la portée du projet de domination symbolique. Il ne s'agit pas de nier que le monde de l'entreprise soit aliénant, que la domination symbolique y exerce toujours une violence, même si elle change de forme et opère à distance (Bourdin, 2000) de manière plus soft (cf. le courant des relations publiques, et de leur déclinaison en interne, dans les tentatives de séduction du salarié). Essayons ensemble d'enrichir et de nuancer les modèles un peu usés, parce que trop mécaniques, de l'action de l'homme sur l'homme.
- 50 Les organisations nous sont connues aussi, et parfois surtout, à travers le prisme des médias. Songeons aux messages de séduction de la publicité, aux informations du JT, aux documentaires critiques (l'émission *Strip-tease* en est un bon exemple) ou à des sujets plus complaisants (cf. *Boulevard des entrepreneurs* sur France Inter le samedi, ou *Capital* sur M6)... Par tous ces canaux nous arrivent l'histoire des entreprises et les figures de leurs managers.
- 51 Les campagnes de publicité comme les relations médias s'inscrivent dans (et) participent à des stratégies d'image et de mise en visibilité des organisations dans les médias. Les dirigeants ne sont pas les derniers à jouer des écrits et des écrans. Dans leur frénésie à user des supports d'échanges les plus variés, ils témoignent de leur touchante croyance dans les bienfaits de la technique (ce « déterminisme » profitant après tout aux consultants et aux sociétés qui les conseillent).
- 52 Même si le discours efficace n'a pas les mêmes fonctions au sein de l'entreprise ou dans ses échanges avec l'extérieur (en interne : faire sens, mobiliser, dans les médias : séduire, expliquer, vendre), il est intéressant de noter que les directions des organisations (et leurs services communication et marketing) offrent l'image d'une médiologie cynique et caricaturale. Le travail des services de communication ne consiste-t-il pas à prendre en compte la dynamique des supports, et à légitimer un énoncé en l'adossant à des thèmes consensuels, appelés d'ailleurs dans le jargon managérial « porteurs » ou « fédérateurs » ?
- 53 Une médiologie primaire et grimaçante nous revient ainsi par le canal des professionnels de la communication, depuis longtemps convertis à l'évidence qu'on ne peut séparer le message efficace de son médium, ni de ses caractéristiques techniques. Leur bricolage connaît des demi-succès, et cela montre que la conscience médiologique progresse certes, mais du mauvais côté, quand elle cohabite avec un raisonnement linéaire appliqué aux faits sociaux. Aux *Cahiers*, on travaillerait plutôt à démontrer le contraire.
- 54 BARTOLI. A., *Le développement de l'entreprise*. Paris : Economica, 1989.
- 55 BERNARD. F., *La communication organisationnelle : parcours vers une légitimité scientifique. Contribution épistémologique : une approche par l'histoire des idées*. Grenoble 3, Travaux d'HDR, 1998.
- 56 BERNARD. F., *Objet professionnel et objet scientifique : divergences et convergences, le cas du projet d'entreprise*, in dir. P. DELCAMBRE *Communications organisationnelles. Objets, pratiques, dispositifs*, Rennes : PUR, 2000, pp. 149-156.

- 57 BOUGNOUX. D.. Entrevue, in *Communication & Organisation* n° 13, Bordeaux. GREC/O, 1998, pp. 319-327.
- 58 BOUGNOUX. D.. *Introduction aux Sciences de la Communication*, Paris : La Découverte. 1998.
- 59 BOUGNOUX, D. Pourquoi des médiologues ?, in *Esprit*. 1998.
- 60 BOUGNOUX. D., Si j'étais médiologue... in dir. L. MERZEAU, *Les Cahiers de médiologie* n° 6, Paris : Gallimard. 1998, pp. 61-70.
- 61 BOURDIEU. P., *Sur la télévision*, Paris : Liber éditions, 1996.
- 62 BOURDIN, S., Stratégies discursives et innovation : de l'influence dans l'induction, in *Communication & Organisation* n° 12, Bordeaux, GREC/O, 1997. pp. 259-272.
- 63 CHANLAT, J-F., *L'individu dans l'organisation, les dimensions oubliées*. Presses de l'Université de Laval, ESKA, 1990.
- 64 CHARTIER, R.. Médiologie, sociologie des textes et histoire du livre, in *Le Débat*, n° 85, 1995, pp. 17-21.
- 65 DEBRAY. R.. *Transmettre*, Paris : Odile Jacob, 1997.
- 66 DEBRAY. R.. Histoire des quatre M, in dir. L. MERZEAU, *Les Cahiers de médiologie*. n° 6, Paris : Gallimard. 1998, pp. 7-24.
- 67 DELCAMBRE. P., Reconstruire des pratiques de communication à partir d'« objets » documents d'archives, in dir. P. DELCAMBRE, *Communications organisationnelles. Objets, pratiques, dispositifs*. Rennes : PUR, 2000, pp. 205-222.
- 68 FLORIS, B.. *La communication managériale : la modernisation symbolique des entreprises*. Grenoble : PUG, 1996.
- 69 JEANNERET. Y., La médiographie à la croisée des chemins, in dir. L.
- 70 MERZEAU. *Les Cahiers de médiologie* n° 6. Paris : Gallimard. 1998, pp. 93-104.
- 71 LE GOFF. J-P., *Le mythe de l'entreprise*. Paris : La Découverte, 1992.
- 72 MERZEAU, L., Ceci ne tuera pas cela, in dir. L. MERZEAU, *Les Cahiers de médiologie* n° 6, Paris : Gallimard, 1998, pp. 27-39.
- 73 SAINSAULIEU. R.. *Sociologie des organisations et des entreprises*. Paris : Presses de la Fondation nationale des sciences politiques, 1987.

NOTES

1. Le choix du thème des journées Org & Co de Lille en 1998 et leur succès en témoignent.
2. Entreprises et administrations des secteurs marchand et non marchand de l'économie.
3. On renvoie ici à la cartographie proposée par Pierre Delcambre in « Introduction », introduction de l'ouvrage collectif *Communications organisationnelles objets, pratiques, dispositifs*. PUR, Rennes 2000.
4. Pour les limites de la transposition conceptuelle médiologie organisation, particulièrement, la taille de l'objet organisation et son statut dans la typologie du medium, voir (Bourdin. 2000).

5. On a noté que l'informatique en réseau et les échanges en temps réel réhabilitent l'orthographe comme critère professionnel discriminant, de manière formelle au sein des DRH dans le cadre des définitions de profil dans le recrutement, et de manière individuelle et intériorisée chez les salariés dans le cadre de leur activité professionnelle.

RÉSUMÉS

Les organisations, situées au cœur de la technique et du social sont ici envisagées à partir de la médiologie qui explore les ressorts de l'efficacité symbolique, les influences réciproques entre les supports d'inscription et de diffusion des messages. Une médiologie des organisations replace les outils techniques, au cœur du fonctionnement des organisations, et renouvelle, à partir de l'examen de la logistique des échanges, les modalités du faire faire en dépassant le projet de domination symbolique. Des notions telles que l'organisation matérialisée et l'hypersphère, empruntées aux études médiologiques, acclimatées aux recherches empiriques développées sur le terrain des organisations, fournissent des outils heuristiques puissants pour saisir la dynamique cosmopolite et circulaire des chaînes sociotechniques.

This article analyses organisations (firm and administration) from médiologic point of view which explores symbolic efficiency and the mutual influences between writing and broadcasting media. Organisational mediology is a descriptive theory, a mediography, which gather technical objects and pragmatical interactions.

By focusing on trade logistics organisational mediology proposes renews all the studies which deal how speaking become acts. Such notions as materialise organisation (MO) and hypersphere adapted to empiric research in organisations are heuristical overfull to reveal the cosmopolite and circular dynamique of socio-technical lines.

INDEX

Mots-clés : médiologie, efficacité symbolique, hypersphère, chaînes sociotechniques, milieu

AUTEURS

DANIEL BOUGNOUX

Daniel Bougnoux est Professeur en Sciences de l'Information et de la Communication à l'Université Grenoble 3. Il est Rédacteur en chef des *Cahiers de médiologie*, Vice-Président de la Commission Recherche de la Société Française des Sciences de l'Information et de la Communication.

SYLVIE BOURDIN

Sylvie Bourdin est maître de conférences en Sciences de l'Information et de la Communication à l'Université Paul Sabatier Toulouse 3, chercheur au LERASS, membre du Groupe d'Études et de Recherches sur les Communications organisationnelles (Org & Co)

de la Société Française des Sciences de l'Information et de la Communication (SFSIC),
Vice-Présidente de la Commission Formation de la SFSIC.