Communication et organisation

Revue scientifique francophone en Communication organisationnelle

31 | 2007

Migrations conceptuelles

Communication engageante, environnement et écocitoyenneté : un exemple des « migrations conceptuelles » entre SIC et psychologie sociale

Françoise Bernard

Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/communicationorganisation/94>

DOI : 10.4000/communicationorganisation.94

ISSN : 1775-3546

Éditeur

Presses universitaires de Bordeaux

Édition imprimée

Date de publication : 1 juillet 2007

Pagination : 26-41

ISSN : 1168-5549

Référence électronique

Françoise Bernard, « Communication engageante, environnement et écocitoyenneté : un exemple des « migrations conceptuelles » entre SIC et psychologie sociale », *Communication et organisation* [En ligne], 31 | 2007, mis en ligne le 01 juillet 2010, consulté le 21 septembre 2021. URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/94> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/communicationorganisation.94>

Communication engageante, environnement et écocitoyenneté : un exemple des « migrations conceptuelles » entre SIC et psychologie sociale

Françoise Bernard

Francoise.Bernard@up.univ-mrs.fr

Laisser infuser l'action »¹

Nous souhaitons présenter, en prenant appui sur la formulation d'un nouveau domaine d'études, celui de la communication d'action et d'utilité sociétales (Bernard, 2006), une voie des " migrations conceptuelles ". Cette voie montre comment la rencontre entre une question scientifique et une question issue du terrain, peut conduire à de nouvelles théorisations accompagnées de nouvelles problématiques et pratiques de recherche. En l'occurrence, il s'agit de penser la relation entre communication et action, en convoquant des ressources théoriques issues du champ de la psychologie sociale. Il s'agit aussi de montrer comment un élargissement théorique peut en appeler d'autres ; les questions de l'action et de la recherche-action posent de nouveaux problèmes face auxquels les chercheurs en communication poursuivent l'élargissement théorique vers d'autres ressources principalement celles de l'analyse institutionnelle mais aussi de l'anthropologie.

Nous conduisons notre réflexion en deux points. Tout d'abord, nous souhaitons montrer comment à partir de terrains émergents sont posées de nouvelles questions et sont mises en place des pratiques scientifiques spécifiques. Ensuite, nous verrons comment les logiques d'emprunt entre disciplines se situent entre continuité et discontinuité avec l'histoire des relations entre disciplines.

1- Terrains émergents : nouvelles questions et pratiques scientifiques

Il est devenu habituel en SIC de faire état d'un pluralisme théorique qui est accompagné d'un pluralisme méthodologique et d'un pluralisme empirique. Ce pluralisme avait été argumenté pendant une première période en SIC autour du projet « interdisciplinaire » des SIC. Depuis une quinzaine d'années, ce pluralisme semble être pratiqué plutôt comme « nécessité » renvoyant aux questions

¹ Détournement d'un extrait de F Jullien (1991) : « laisser infuser le sens », cité par Boutaud J.-J. (*Le sens gourmand*, Paris, Jean-Paul Rocher Ed., 2005, p.171).

Dossier : Migrations conceptuelles. D'où viennent les concepts de la communication organisationnelle ?

nouvelles posées par l'étude d'objets et de terrains émergents qui appellent de nouvelles théorisations et le franchissement des frontières disciplinaires². La question du pluralisme qui souligne la « porosité » théorique et épistémologique des SIC pose par ailleurs, de manière latente et récurrente, une autre question fondamentale celle de l'autonomie relative³ de ce « champ » de savoirs au sein des sciences sociales. Ce débat, important, ne peut être ouvert ici. Afin d'illustrer ce « passage de frontières », nous souhaitons d'abord brièvement mettre en regard d'une part la perspective de la recherche-action issue de la psychologie sociale et, d'autre part, la notion de terrain issue de l'anthropologie. Ces deux notions sont désormais explicitement convoquées dans le domaine des SIC.

Recherche-action et terrain

Tout d'abord, nous proposons de considérer que la recherche-action⁴, comme perspective de recherche qui implique le chercheur dans la résolution d'un problème théorique et pratique, pose inévitablement deux questions : celle du terrain et celle de l'intervention participante orientée vers une action collective. Bien évidemment, la recherche-action inscrit l'intervention et l'analyse des pratiques qu'elle suppose dans un cadre théorique, nous devons à Kurt Lewin, « inventeur » de la recherche-action, la formule désormais devenue célèbre : « Il n'y a rien de plus pratique qu'une bonne théorie »⁵. Nous considérons aussi que le processus même de la recherche-action entraîne la construction d'un terrain. Nous proposons donc de mettre en regard ces deux approches qui sont souvent relativement dissociées dans la littérature.

La recherche-action a deux caractéristiques fortes qui peuvent être regardées du point de vue de la communication des organisations.

² Sur la question des frontières, cf. Fleury-Vilatte B. & Hert P., 2003, Frontières disciplinaires, *Questions de Communication*, 3, 2003.

³ L'autonomie comme « conquête » qui est toujours à recommencer (Bourdieu, 2001). Cette question se traduit pour les SIC, dans certains espaces institutionnels, par des pratiques qui peuvent être interprétées à partir de ces enjeux, par exemple avec la production de liste de thèmes qui seraient des thèmes communicationnels et informationnels à l'exclusion d'autres, et qui visent à « clôturer » la discipline. Il y a donc, selon nous, une confusion entre processus de « clôture » et processus d'autonomie.

⁴ Nous ne revenons pas ici sur la généalogie de la « recherche-action » dans la continuité des travaux conduits par Kurt Lewin, cf. sur ce point : Bernard F., janv. 2007, La recherche-action dans les travaux consacrés à la communication d'action et d'utilité sociétales : le cas de la communication engageante et de l'environnement, *Journées d'études Org&Co*, Paris, à paraître.

⁵ *Le Journal of Social Issues* a consacré, en 1992, le numéro 2 du volume 48 à l'œuvre de Kurt Lewin afin de montrer l'actualité de ses travaux.

Premièrement, elle produit des collectifs « hétérogènes », elle met en réseau des acteurs et des organisations tout en s'inscrivant dans ces collectifs et ces réseaux qu'elle contribue à produire. Ces collectifs sont constitués de chercheurs et de non chercheurs qui travaillent ensemble et délibèrent sur un ensemble de questions. Deuxièmement, est inscrite, dans le projet de recherche, la question de la restitution des résultats aux acteurs non chercheurs concernés (écrits divers, réunions, forums, etc.) et pas seulement aux réseaux de recherche (rapports, publications, communications aux colloques).

Dans la réflexion que nous présentons, les recherches-actions que nous avons conduites peuvent être associées à la notion de terrains émergents. Ces terrains, pris dans leur ensemble (santé, culture, environnement, citoyenneté) constituent un nouveau domaine d'études en SIC (Bernard, 2006), celui de la « communication d'action et d'utilité sociétales ». Des thèmes forts structurent ce domaine : celui de la santé et de la prévention (lutte contre le VIH, contre le tabagisme, contre des maladies génétiques, don d'organe, etc., Bernard et Joule, 2000, Joule et Bernard, 2000), celui des comportements citoyens (sécurité routière, pratiques de conduite automobile, Joule et Bernard, 2004), ceux de l'environnement et de l'écocitoyenneté (maîtrise de l'énergie, écogestes, écoemballages, écohabitat, tri des déchets, etc., Bernard et Joule, 2004, Joule et Bernard, 2004). Ces thèmes, présents dans l'espace public, sont portés par des dispositifs socio-sémio-médiatiques impliquant médias traditionnels (télévision, radio, presse) et nouveaux médias (Internet, forums, blogs, etc.) ; ils sont traversés par des débats conduits par des politiques (élus et partis politiques), ils sont aussi argumentés dans les programmes électoraux. Ces thèmes intéressent une pluralité d'acteurs institutionnels, techniques, économiques, scientifiques, citoyens ; ils sont au centre de projets portés par des organisations diversifiées : institutions, collectivités locales, associations, laboratoires, entreprises. La coopération dans des projets partagés entre ces acteurs et leurs organisations pose la question du dialogue interculturel, dans l'acception de cultures de métier et de cultures professionnelles. Par exemple, dans la conduite des recherches-actions, la question des temporalités émerge comme thème culturel complexe : le temps long de la recherche (production de savoirs) versus le temps plus court de l'action et des résultats au regard d'une recherche financée.

En ce qui concerne plus spécifiquement le thème de l'environnement et le champ de pratiques auxquelles il renvoie, parallèlement aux

Dossier : Migrations conceptuelles. D'où viennent les concepts de la communication organisationnelle ?

initiatives à forte lisibilité médiatique⁶, on observe, du côté de la société civile, l'existence et l'activité de nombreuses associations centrées sur « l'éducation à l'environnement ». Ces associations sont organisées en réseaux départementaux, régionaux, nationaux, européens et internationaux. Ces associations multiplient les actions : organisation de forums, de projets, de manifestations et d'événements divers. Les objectifs déclarés sont souvent d'éduquer par l'information et la sensibilisation et, au-delà, de favoriser des changements de comportements qui seraient associés à des « prises de conscience ». L'horizon de l'action est donc toujours présent. La question du changement est au cœur des pratiques associatives. On peut considérer que les acteurs de terrain montrent une réceptivité à la sphère de l'action et que cette réceptivité est un objet d'études en SIC. Dans le cadre du paradigme de la communication engageante, la question de l'action est étroitement liée à celles du sens, des valeurs, des savoirs et du lien, même si, la perspective de la communication engageante déplace les schèmes des relations habituelles entre action, sens et lien. Ce déplacement prend en compte l'ensemble des études qui montrent qu'un sujet peut modifier ses attitudes, opinions et croyances sans pour autant modifier ses comportements⁷.

Pour poursuivre l'exploration des relations entre recherche-action et terrain, on peut considérer que les partenaires de la recherche-action co-agissent sur un terrain. La notion de terrain a été principalement travaillée dans le champ de l'anthropologie. Cette notion a donné lieu à un échange de points de vue entre chercheurs de SIC (Olivesi, 2005 ; Hert, 2005). Nous revendiquons la pertinence de cette notion pour rendre compte d'un ensemble de pratiques de recherche en SIC en même temps que nous souhaitons que la réflexion se poursuive en faveur d'une appropriation argumentée de la notion. La question du terrain pose un ensemble de questions, parmi celles-ci : celle de la réflexivité et celle du « statut épistémologique de la distance »⁸. La notion de terrain suppose bien souvent une approche de nature ethnographique qui permet de mettre en œuvre la question de la

⁶ Pour une analyse des discours des signataires du Pacte écologique : cf. Marchand P. « Un vert ça va. Dix Verts, bonjour les débats ! », document numérique (<http://pascal/marchand.fr>).

⁷ Sur ce point, cf. Bernard et Joule, 2005.

⁸ La question de la distance est double : quelle proximité avec les « acteurs de terrain » pour la participation, quelle distance pour l'objectivation et l'interprétation. Cette question renvoie aussi à la question d'une double observation « par le dedans » et « par le dehors ».

participation pour les chercheurs : participation objectivante et observation participante⁹.

Participer à une recherche-action, c'est aussi participer à la vie d'un collectif, d'un groupe, à ses activités et à sa culture. Afin d'illustrer ce point, nous allons brièvement revenir sur l'exemple d'un terrain, une recherche-action financée par la Région PACA et l'ADEME, centrée sur la communication engageante pour promouvoir des comportements écocitoyens dans l'espace balnéaire de la Ville de Marseille¹⁰. Dans ce cas, nous pouvons considérer que, pendant deux saisons balnéaires (2006-2007), pour intervenir sur les plages, les chercheurs impliqués ont inventé la notion de « chercheur-baigneur ». Cela renvoie, pour ces chercheurs, à des pratiques d'observation comme présence dans une communauté culturelle supposant une « imprégnation ethnographique » (Laplantine, 1987). Cela renvoie aussi à des pratiques de « synchronie » (Condon, 1984) avec certains des traits spécifiques de la « culture plage »¹¹. Nous venons de voir, avec cette très brève évocation du « terrain » que les pratiques de recherche qui sont mises en œuvre dans le cadre d'une recherche-action sont en quelque sorte inévitablement accompagnées de la construction d'un terrain pour le chercheur.

Communication, action et réflexivité

Comprendre un terrain pour conduire une recherche-action favorisant un « changement » renvoie à la notion structurante de l'action. Par ailleurs, comme nous l'avons déjà souligné, les projets impliquant la communication engageante ont pour objectif central d'étudier la relation entre communication et action. Afin d'étudier cette relation, question posée en quelque sorte par le terrain, des chercheurs ont proposé un cadre théorique pluridisciplinaire : celui du paradigme de la communication engageante (Bernard et Joule, 2004). C'est donc en partant de la question posée par les « acteurs de terrain » : comment amener des individus et des collectifs à passer des idées aux actes en matière environnementale, tout en développant les valeurs

⁹ Nous renvoyons sur ces questions théoriques et méthodologiques à : Bernard F., 2007, « La recherche-action dans les travaux consacrés à la communication d'action et d'utilité sociétales : le cas de la communication engageante et de l'environnement », Paris, *Journées d'études Org&Co*, à paraître.

¹⁰ L'appel d'offre pour cette recherche-action lancé par la Région PACA et l'ADEME présentait dans son cahier des charges la nécessité d'une coopération entre un laboratoire et une association, pour le projet cité en référence, il s'agit d'une coopération entre le CREPCOM et l'Office de la Mer de la Ville de Marseille.

¹¹ Nous renvoyons également à : Kaufmann J.-C., *Corps de femmes, regards d'hommes. Sociologie des seins nus*, Paris, Pocket, Agora, 1998.

Dossier : Migrations conceptuelles. D'où viennent les concepts de la communication organisationnelle ?

écocitoyennes, que des chercheurs ont proposé ce paradigme (Joule, 2000 ; Bernard et Joule, 2004).

Depuis Kurt Lewin, un ensemble de travaux a montré l'écart qu'il y a bien souvent entre les idées et les actes¹². Face à cet écueil, la communication engageante, mise à l'épreuve théoriquement et pratiquement sur un ensemble de terrains, montre la pertinence de la voie qui consiste à créer, avant toute chose, les conditions favorables pour qu'un acte soit posé. Le primat de l'action ayant en quelque sorte fonctionné, l'individu s'inscrit alors dans un cours d'action et devient aussi plus réceptif à une démarche argumentative. Ce n'est pas pareil d'être directement confronté à une demande, aussi bien argumentée soit-elle, et d'être confronté à la même demande après avoir émis un acte "consistant" avec elle, surtout si cet acte a été obtenu dans un contexte d'engagement, c'est-à-dire dans des conditions telles, que nous ne puissions expliquer ce que nous avons fait que par des facteurs internes (nos goûts, nos convictions, nos attitudes personnelles), à l'exclusion de tous facteurs externes (pressions situationnelles, promesses de récompense ou menaces de punition, etc.)¹³. La communication engageante, intègre de tels apports théoriques et les met à l'épreuve dans des situations de communication sociale.

Une des questions posées peut être formulée ainsi : comment intervenir auprès d'une population de baigneurs, sur une plage, et les amener à poser un acte consistant avec la perspective écocitoyenne. Autant dire que la conception d'un dispositif de communication engageante nécessite un travail important de régulation et d'ajustement avec les associations qui interviennent sur le terrain et les chercheurs qui inscrivent la recherche-action dans un cadre théorique. On peut noter une particularité forte, l'expérience et la réflexion des associations sont prises en compte dans la conception, d'une part, et, d'autre part, les chercheurs interviennent aussi sur le « terrain » auprès des baigneurs tout comme les associations. Ainsi, sont mises en place à la fois une relation de symétrie et des pratiques de coopération qui sont en soi un objet d'études. Les réunions de travail entre chercheurs et associations sont autant de moments de réflexivité sur ces pratiques. Concevoir et conduire, en partenariat, une

¹² On mentionnera notamment l'étude longitudinale conduite aux USA montrant l'inefficacité des campagnes de sensibilisation aux méfaits du tabac (population concernée 8000 jeunes entre 8 et 17 ans ; Peterson & alii 2000).

¹³ Cette partie emprunte au chapitre : Joule, Py & Bernard (2004), cf. également la notion d'acte préparatoire présentée infra.

recherche-action centrée sur le paradigme de la communication engageante, nécessitent un exercice de réflexivité continu.

En même temps que chaque recherche-action produit, selon une approche processuelle, en quelque sorte son terrain, bien évidemment la démarche fait aussi écho avec une histoire des pratiques et des savoirs qui renvoie à la structuration des disciplines académiques et de leurs échanges.

Nous proposons donc de réinscrire la proposition théorique de la communication engageante dans l'histoire des relations entre psychologie sociale et SIC, et de souligner comment elle fait aussi continuité et discontinuité avec cette histoire.

2- Histoire et logiques d'emprunt entre disciplines

Il nous semble nécessaire de prendre en compte l'histoire des relations entre disciplines pour comprendre les logiques d'emprunt. La perspective que nous défendons est triple :

- le déplacement de concepts de leur discipline d'origine vers les SIC se fait autour de nouveaux problèmes qui conduisent au constat que les concepts mobilisés jusque-là en SIC sont insuffisants pour apporter des réponses permettant de développer problématiques et pratiques de recherche,
- ce déplacement pose la question de la logique du déplacement. La logique du déplacement renvoie à l'idée qu'un concept ne peut être en quelque sorte déplacé isolément du cadre théorique auquel il renvoie ; en tout cas un tel déplacement nécessite de prendre en compte le cadre théorique d'origine dans la « discipline mère », ainsi que les débats et controverses qui s'y sont éventuellement développés,
- la logique de déplacement conduit généralement à la construction d'un nouveau socle théorique intégrant le concept emprunté qui côtoie désormais d'autres concepts et notions, cet « assemblage » doit faire l'objet d'un exercice de réflexivité rigoureux.

Les relations entre communication et psychologie sociale

Il ne s'agit pas, pour nous, de développer une réflexion approfondie, ni systématique, sur la relation complexe entre communication et psychologie sociale, ce serait une étude en soi qui nécessiterait un travail d'équipe pluridisciplinaire important. Notre objectif est plutôt d'observer comment les chemins entre les deux communautés scientifiques, celle des chercheurs en psychologie sociale et en SIC, se sont croisés -ou non- depuis quelques dizaines d'années et, en quoi, il

Dossier : Migrations conceptuelles. D'où viennent les concepts de la communication organisationnelle ?

Il y a aujourd'hui une nouvelle pertinence à des emprunts et des coopérations. Pour synthétiser et au risque de quelques simplifications, on peut d'abord noter que les chercheurs en psychologie sociale ont publié de nombreux ouvrages de référence sur la question de la communication (et notamment : Ghiglione, 1986, 1997 ; Bromberg et Trognon, 2004) qui ont pour caractéristique d'ignorer les travaux en SIC ; les chercheurs en SIC, pris dans leur ensemble, de leur côté, semblent ignorer les travaux conduits dans le champ de la psychologie sociale et portant sur la communication, à quelques exceptions près. Ces exceptions portent principalement sur l'analyse des médias (Courbet 2004 ; Chabrol, Courbet & Fourquet-Courbet, 2004 ; Marchand, 2004)¹⁴. Ce constat étant posé, il s'agit, pour nous, très modestement, de souligner néanmoins quelques filiations et passerelles depuis les années 50, mais aussi de regarder plus précisément les nouvelles relations qui se sont construites depuis les dix dernières années autour de l'analyse d'enjeux de société cruciaux pour le siècle qui s'ouvre.

Historiquement, dans le champ des SIC, sont mentionnés les travaux des psychologues sociaux consacrés à la persuasion qui ont été appliqués à l'étude de la communication de masse dans les années 50. Il s'agit principalement des travaux conduits à l'Ecole de Yale sur les effets de source (Hovland et Weiss, 1951), sur la communication de masse et la persuasion (Hovland, Janis et Kelley, 1953). En SIC, la catégorisation de ces apports, dans des ouvrages généraux consacrés à la communication, est mentionnée sous l'intitulé « approches empirico-fonctionnalistes », cela a pour inconvénient de figer triplement les choses. Premièrement, la prise en compte de ces études est limitée à une période (des années 1950 aux années 1970), deuxièmement, cette catégorisation ne rend pas compte des dynamiques qui depuis ouvrent et ré-ouvrent les problématiques et les pratiques de recherche consacrées à la communication dans le champ de la psychologie sociale. Troisièmement, la question qui consisterait à regarder les travaux très nombreux consacrés aux usages des TIC et des nouveaux médias depuis quinze ans au travers du prisme de cette catégorisation n'est pas posée. Autrement dit, n'est pas posée la définition des SIC comme étant aussi, et peut-être surtout, des « sciences empiriques », surtout si l'on prend en compte les recherches financées (Appels à Projets de Recherche et doctorats).

¹⁴ On note que ces travaux sont produits par des chercheurs psychologues sociaux et présents en SIC ou doublement qualifiés dans les deux disciplines.

Si l'on regarde les travaux consacrés depuis une vingtaine d'années à la communication dans le champ de la psychologie sociale, on peut noter une référence forte au rôle structurant de Rodolphe Ghiglione. Son apport, qu'il a lui-même défini comme « psycho socio pragmatique de la communication » (Ghiglione, 1995), est plutôt connu en SIC à travers les études plus spécifiques qu'il a consacrées au « modèle du contrat de communication » (Ghiglione, 1986 ; Charaudeau, 1994, 2001 ; Kerbrat-Orrechioni, 1995 ; Ghiglione et Trognon, 1996).

Serge Moscovici a, quant à lui, défini la psychologie sociale comme : « science des phénomènes de l'idéologie (cognitions et représentations sociales) et des phénomènes de communication » (Moscovici, 1984 a). Par ailleurs, la notion de « représentations sociales » est fréquemment convoquée en SIC, souvent de manière quasiment métaphorique, c'est-à-dire sans filiation véritablement construite avec les travaux conduits en psychologie sociale (Moscovici, 1984 b ; Jodelet, 1989 ; Abric, 1999).

Pour aborder la question des relations théoriques entre SIC et psychologie sociale, si on a à l'esprit les travaux qui viennent d'être mentionnés, on ne peut qu'être frappé, aujourd'hui, par un renouvellement des passerelles qui élargit significativement les emprunts. Ce renouvellement prend en compte, autour des nouveaux enjeux de société, un autre courant de recherche, celui de la psychologie de l'engagement, qui a conduit récemment à la formulation du paradigme de la communication engageante (Joule, 2000 ; Joule et Bernard, 2000 ; Bernard et Joule, 2002).

Renouvellement et élargissement des emprunts

Ce paradigme de la communication engageante a été formulé, pour ce qui concerne la psychologie sociale, en référence aux travaux de Joule et Beauvois consacrés à la théorie de l'engagement : « L'engagement correspond dans une situation donnée aux conditions dans lesquelles la réalisation d'un acte ne peut être imputable qu'à celui qui l'a réalisé » (Joule et Beauvois, 1998, 2002).

Ce cadre théorique s'inscrit dans la filiation des expérimentations fondatrices de Kurt Lewin conduisant à la proposition de « l'effet de gel » comme lien entre les décisions et les actes (Lewin, 1947). Par la suite, et à des fins de synthèse rapide, on peut mentionner quelques notions qui ont contribué à la structuration de ce paradigme. Kiesler et Sakumura (1966) ont testé « les effets d'un engagement fort ou faible sur les attitudes ». La relation entre engagement et acte problématique (parce que non conforme aux croyances et opinions) a été étudiée à

Dossier : Migrations conceptuelles. D'où viennent les concepts de la communication organisationnelle ?

partir des travaux de Festinger portant sur la « dissonance cognitive » (Festinger 1957 ; Festinger et Carlsmith, 1959). Il convient d'ajouter l'apport du paradigme du « pied dans la porte » (Freedman et Fraser, 1966 ; Burger, 1999) qui montre que lorsqu'un individu a été amené par des circonstances engageantes (sentiment de liberté, caractère public de l'acte, etc.) à poser un acte « peu coûteux », cet acte prépare le sujet à la réalisation d'autres actes plus coûteux et l'inscrit dans un cours d'action associé à de nouvelles cognitions. La notion de « rationalisation en acte » a donné lieu à des travaux, dans le domaine de la santé, consacrés notamment aux comportements et au sevrage tabagiques (Joule, 1987). La question de l'identification de l'action (Wallacher et Wegner, 1985) représente un apport fondamental pour penser le lien entre l'action et le sens. L'étude de la relation entre engagement et internalisation des valeurs (Dubois, 1994 ; Beauvois et Dubois, 1999) montre comment les processus d'internalisation contribuent à la pérennisation de l'action et du changement. L'ensemble de ces apports crée un pilier du socle théorique sur lequel repose le paradigme de la communication engageante, un autre pilier est représenté par l'apport des chercheurs en Sciences de l'Information et de la Communication (Bernard et Joule, 2000, 2002, 2004, 2006).

Au bout du compte, et en ce qui concerne la relation entre cognitions et comportements, on peut mettre en regard deux grands courants de recherche : celui qui est consacré à la psychologie sociale de la persuasion et celui qui est consacré à la psychologie de l'engagement (Girandola, 2003). Le premier étudie les attitudes et pose la question du changement d'attitudes par la persuasion, le second étudie la relation entre actes et attitudes en montrant que l'engagement par les actes est en quelque sorte un « support » essentiel pour un changement d'attitudes, de représentations et de valeurs.

Parmi les travaux engagés depuis 2000 dans le cadre de la communication engageante, concernant la communication d'action et d'utilité sociétales, nous allons nous centrer sur le thème de l'environnement.

Dans le champ de la psychologie sociale, la thématique de l'environnement a été construite à partir des années 1970 dans une perspective pluridisciplinaire (Fisher, 2002). Plus spécifiquement, des travaux consacrés à l'économie d'énergie -de gaz et d'électricité- se développent dès les années 70 (Pallak et Cummings, 1976). Ils portent sur l'effet de l'engagement avec caractère public de l'acte dans un espace public partiel (publier le nom des participants à une étude dans

la presse locale). Ces premiers travaux ont été suivis de bien d'autres portant notamment sur un ensemble de pratiques engageantes liées à des pratiques environnementales : le recyclage des boîtes métalliques (Arbruthnot, Tedeschi et alii, 1983), la réduction de la consommation d'électricité (Katzev et Jonhson, 1983), le recyclage du papier avec effets d'engagement en groupe (Wang et Katzev, 1994)¹⁵. Tous ces travaux ont en commun de montrer la pertinence de la théorie de l'engagement appliquée aux enjeux environnementaux (Roussiau et Girandola, 2002).

Dans le champ des SIC, on commence à recenser des travaux et des publications sur la question : « communication et environnement » qui établissent une relation avec le champ de la psychologie sociale (Bernard et Joule, 2004). Plus généralement, autour du thème « communication et environnement » des contrats de recherche financés sont en cours et des thèses sont soutenues¹⁶ ou en voie de l'être.

Dans un tel paysage très ouvert et évolutif, le paradigme de la communication engageante revendique sa filiation avec la psychologie sociale, mais élargit aussi le cadre théorique avec d'autres apports, celui de l'anthropologie, nous l'avons déjà brièvement évoqué, celui de l'analyse institutionnelle. Des chercheurs en SIC travaillent plus particulièrement la relation entre communication engageante et communication instituante (Bernard, 2006). Il s'agit, à partir de l'analyse des pratiques, de montrer comment s'effectue le double passage entre engagement individuel et engagement collectif d'une part, et, d'autre part, entre identification de l'acte et significations partagées. Ce passage s'effectue autour de pratiques de médiation et par des objets de communication : les baigneurs qui s'engagent sur les plages sont invités par des intervenants (membres des associations

¹⁵ Nous rassemblons dans cette note, l'ensemble des références bibliographiques citées : Pallak M. & Cummings N., 1976. *Commitment and energy conservation, Personality and Social Psychology Bulletin*, 2, 27-31 ; Arbruthnot, Tedeschi et alii, 1977. The Induction of sustained recycling behavior through the foot-in-the-door technique, *Journal of Environmental Systems*, 6, 4, 355-368 ; Wang T. & Katzev R., 1994. Can Commitment change behavior ? A case study of environmental actions, *Journal of Social Behavior and Personality*, 9, 13-26 ; Katzev R. & Johnson T., 1983. A social psychology analysis of residential electricity consumption : the impact of minimal justification techniques. *Journal of Economic Psychology*, 267-284 ; Wang T.-H. & Katzev R.-D., 1990. Group commitment and resource conservation : two field experiment on promoting recycling, *Journal of Applied Social Psychology*, 20, 4, 265-275.

¹⁶ Cf. notamment : Jalenques-Vigouroux B., 2006. *Dire l'environnement, le métarécit environnemental en question*. Thèse sous la dir. de N. d'Almeida, Paris IV Sorbonne.

Dossier : Migrations conceptuelles. D'où viennent les concepts de la communication organisationnelle ?

coopérant avec les « chercheurs-baigneurs ») à signer un bulletin d'engagement qu'ils déposent dans une urne, ils inscrivent alors leurs noms sur un tableau public mettant en visibilité les engagements du jour et du mois. Par ailleurs, les chercheurs étudient comment l'action devenue collective est reliée à l'émergence d'une « culture de la responsabilité sociétale » (Bernard, 2004, 2006). Cette culture est aussi « nourrie » par des actions de médiations de savoirs. Ainsi, en même temps que des réseaux sociétaux (associations, laboratoires, pouvoirs publics) se construisent autour du thème environnemental, s'auto-institue (Castoriadis, 1975) un ensemble de significations portant sur le renouvellement de la relation entre l'humain et la biosphère¹⁷.

Pour conclure, l'exemple des migrations conceptuelles entre la psychologie sociale et les SIC qui a conduit à la formulation du paradigme de la communication engageante souligne l'importance, dans ce « passage » entre deux disciplines, des « servitudes de l'empirie »¹⁸. Ce point est très important et renvoie plus largement, et par ailleurs, à la question de « l'enracinement social des sciences » (Bourdieu, 2001), dans trois acceptions au moins : premièrement la science est un objet social comme un autre ; deuxièmement le chercheur comme acteur est pris dans l'épaisseur du social ; troisièmement l'acteur scientifique impliqué dans une recherche-action assume la responsabilité sociétale du chercheur et fait vivre la relation entre recherche et cité.

Bibliographie

Abrie J.-C., *Psychologie de la communication. Théories et méthodes*, Paris, Armand Colin, 1999.

Beauvois J.-L., *Traité de la servitude libérale. Analyse de la soumission*, Paris, Dunod, 1994.

Beauvois J.-L. & Dubois N., Socialisation et internalisation des utilités comportementales, in Doise N, Dubois N & Beauvois J.-L. (Eds.), *La construction sociale de la personne*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble, 1999.

Bernard, F. & Joule R.-V., Engagement et prévention : le dépistage volontaire du VIH. Dans G. Petrillo (éd.), *Santé et Société. La santé et*

¹⁷ Pour l'analyse de tels enjeux et pratiques, nous convoquons (Bernard, 2006) les apports de : Hans Jonas (1990) et Cornelius Castoriadis (1975).

¹⁸ Notion empruntée à Pierre Bourdieu (2001).

la maladie comme phénomènes sociaux, Neuchâtel-Paris : Delachaux et Niestle, Textes de bases en sciences sociales, 2000 , p.167-188.

Bernard F. & Joule R.-V., “Lien, sens et action : vers une communication ” engageante ”, *Communication & Organisation*, GREC/O, Université Michel de Montaigne, n°24, Bordeaux 3, 2004, p. 347-362.

Bernard F. & Joule R.-V., “Le pluralisme méthodologique en SIC à l’épreuve de la “communication engageante”, *Questions de communication*, Presses Universitaires de Nancy, n°7, 2005, p. 187-205.

Bernard F., “Organiser la communication d’action et d’utilité sociétales. Le paradigme de la communication engageante”, *Communication & Organisation*, GREC/O, Université Michel de Montaigne, n°29, juin 2006.

Bonardi C., Girandola F., Roussiau N. et Soubiale N. (sous la dir.), *Psychologie sociale appliquée. Environnement Santé Qualité de vie*, Paris, In Press, 2002.

Bourdieu P., *Science de la science et réflexivité*, Paris, Raisons d’agir, 2001.

Bromberg M. & Trognon A., *Psychologie sociale et communication*, Paris, Dunod, 2004.

Castoriadis, C., *L’institution imaginaire de la société*, Paris, Seuil, 1975.

Chabrol C., Courbet D. & Fourquet-Courbet M.-P. (dossier coordonné par), Psychologie sociale de la communication : Traitement et effets des médias, *Questions de Communication*, 5, 2004.

Charaudeau P., *Le contrat de communication de l’information médiatique*, Le Français dans le monde, numéro spécial, 1994.

Condon W.-S., Une analyse de l’organisation comportementale, in Cosnier J. & Brossard A., *La communication non verbale*, Neuchâtel, Delachaux et Niestlé, 1984.

Courbet, D., “*Communication médiatique : les apports de la psychologie sociale. Pour une pluralité épistémologique, théorique et méthodologique en SIC*”, travaux d’HDR (Université d’Aix-Marseille 1), 2004.

Dubois N., *La norme d’internalité et le libéralisme*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble, 1994.

Dossier : Migrations conceptuelles. D'où viennent les concepts de la communication organisationnelle ?

Ghiglione R., *L'homme communiquant*, Paris, Armand Colin, 1986.

Girandola F., *Psychologie de la persuasion et de l'engagement*, Besançon, Presses Universitaires de Franche-Comté, 2003.

Girandola, F. & Roussiau, N., L'engagement comme source de modification à long terme. *Cahiers Internationaux de psychologie Sociale*, 57, 2003, p. 83-101.

Hert P., Le terrain irréductible. Une réponse à l'article de Stéphane Olivesi, *Questions de communication*, 8, 2005, p.121-134.

Jodelet D., *Les représentations sociales*, Paris, PUF, 1989.

Jonas H., *Le principe responsabilité*. Paris, Champs, Flammarion, 1979, 1990 (pour la trad franç.).

Joule, R.-V., Tabacco deprivation : the foot-in-the door technique versus the low-ball technique. *European Journal of Social Psychology*, 17, 1987, p.361-365.

Joule R.-V., Pour une communication organisationnelle engageante : vers un nouveau paradigme. *Sciences de la Société*, 50/51, 2000, p.279-295.

Joule R.-V., Beauvois J.-L., Petit Traité de manipulation à l'usage des honnêtes gens, Grenoble, *Presses Universitaires de Grenoble*, 1998, 2002.

Joule R.-V., Bernard F., La communication en matière de don d'organes : de la persuasion à l'engagement par les actes. In M. Sasportes & R. Carvais (Eds), *La greffe humaine. (In) Certitudes éthiques : du don de soi à la tolérance de l'autre. Dialogue pluridisciplinaire sur la greffe, le don et la société*. Paris : Presses Universitaires de France, 2000, p.487-497.

Joule R.-V., Bernard F., Sécurité routière et engagement par les actes : pour de nouvelles pratiques de communication et de prévention. In P. Delhomme et F. Saad (Eds). *Psychologie de la conduite et sécurité routière*. Paris : Ed. Octares, 2004.

Joule R.-V., Py J. & Bernard F., Qui dit quoi, à qui, en lui faisant faire quoi ? Vers une communication engageante. In M. Bromberg et A. Trognon (Eds). *Psychologie sociale de la communication*. Paris : Dunod, 2004.

Joule R.-V. & Bernard F., La communication engageante au service de l'écocitoyenneté : une recherche-action dans le sud de la France.

Dans N. de Piccoli & G. P. Quaglino (Eds). *Psicologia sociale in dialogo. Scritti in onore di Piero Amerio*. Milano : Unicopli, 2004.

Joule R.-V. & Bernard F., Para uma nova abordagem da mudança social : a comunicacao do compromisso. *Psichologia : Theoria e Pesquisa*, 31, 2005, p. 27-32.

Lapalantine F., *L'anthropologie*, Paris, Seghers, 1987.

Lévi-Strauss C., *Anthropologie structurale*, Paris, Plon, 1958.

Marchand P., *Psychologie sociale des médias*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 2004.

Moscovici S., *Psychologie sociale*, Paris, PUF, 1984.

Moscovici S., *Les représentations sociales*, Paris, Editions de la Maison des Sciences de l'homme, 1984.

Olivesi S., « Le terrain, une mythologie scientifique ? », *Questions de Communication*, 7, 2005, p.161-183.