Bernard Miège : *L'information-communication, objet de connaissance*

De Boeck & INA, Bruxelles, 2004, 248 p.

David Vandiedonck

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/edc/333>

DOI : 10.4000/edc.333

ISSN : 2101-0366

Éditeur

Université de Lille

Édition imprimée

Date de publication : 1 décembre 2005

Pagination : 185-188

ISBN : 2-9514961-6-8

ISSN : 1270-6841

Référence électronique

David Vandiedonck, « Bernard Miège : *L'information-communication, objet de connaissance* », *Études de communication* [En ligne], 28 | 2005, mis en ligne le 19 janvier 2009, consulté le 21 septembre 2020.

URL : <http://journals.openedition.org/edc/333> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/edc.333>

Ce document a été généré automatiquement le 21 septembre 2020.

© Tous droits réservés

Bernard Miège : *L'information-communication, objet de connaissance*

De Boeck & INA, Bruxelles, 2004, 248 p.

David Vandiedonck

RÉFÉRENCE

Bernard Miège : *L'information-communication, objet de connaissance*, De Boeck & INA, Bruxelles, 2004, 248 p.

- 1 Comment lire ce livre de Bernard Miège ? La composition même de l'ouvrage nous invite à poser cette question en préambule à notre recension. Le lecteur pourra en effet se reporter à ce volume comme à une anthologie de textes, puisqu'il s'agit bien du regroupement de 19 contributions distinctes, pour l'essentiel déjà publiées entre 1984 et 2004. Les espaces éditoriaux et les contextes de production des textes originaux ainsi que les références à des objets de recherches en évolution conduisent au séquençage de la somme. Celle-ci est organisée autour de quatre axes : « *la relation information-communication, l'identification de logiques sociales de la communication, la référence à la théorie de l'action qui donne toute sa place à l'action communicationnelle, et un plaidoyer pour l'interdisciplinarité* ». Dans le cadre de la « petite forme » que constitue l'article l'auteur excelle à poser des éléments de cadrage, des perspectives programmatiques (cf. les nombreuses synthèses sur les filiations théoriques, les listes et tableaux synthétiques, etc. qui donnent aussi à l'ouvrage une véritable dimension pédagogique). L'article reste ainsi la forme structurante et le principe d'organisation de l'ouvrage. Mais, saisi cette fois dans sa globalité, le livre permet de suivre et de saisir l'évolution de la pensée de son auteur : des propositions anticipatrices de la post-face de la seconde édition de *Capitalisme et industries culturelles* aux textes d'aujourd'hui, l'auteur trace et approfondit les lignes de force de sa pensée qui s'affirment et se précisent dans la part incontournable de répétition et de recoupement née du voisinage d'articles originellement disjoints. L'auteur nous permet de recomposer sur près de 20 ans

l'élaboration d'un parcours, et c'est un vrai bonheur de lecture que de suivre à la trace le déploiement d'une pensée, de disposer avec ce livre d'un objet à la fois impur et synthétique. Enfin, replacé dans l'espace intellectuel de la recherche en communication, ce livre constitue une contribution importante (pour ne pas dire « majeure », adjectif trop galvaudé) à la définition d'une pensée véritablement communicationnelle, à la réflexion épistémologique indispensable pour penser le projet scientifique des SIC.

- 2 Bernard Miège réaffirme sa réticence vis-à-vis des travaux partiels et sectoriels et surtout son refus des approches surplombantes, des théories générales. Pour lui, il est clair que « *la progression de la recherche en communication passe nécessairement par un triple refus – celui de l'empirisme sectoriel, celui du repliement disciplinaire et celui de l'élaboration théorique généralisante* ». Ces refus le conduisent à « *délibérément opter pour l'élaboration de 'théories à moyenne portée' et pour une méthode heuristique : l'identification de logiques sociales de la communication, autour desquelles les stratégies des acteurs sociaux quels qu'ils soient (dominants ou dominés), sont plus ou moins contraints de s'organiser et de se développer* ».
- 3 Si l'article de 1998 reproduit page 90 et suivantes propose les « *éléments d'un programme de travail* », les axes qui y sont tracés innervent plus largement l'ensemble de l'ouvrage et signent la démarche de l'auteur.
- 4 Arrêtons nous d'abord sur le positionnement. De nombreux articles relisent et relient les apports et les emprunts disciplinaires qui ont constitué, avec plus ou moins de fortune, le socle théorique des SIC. L'auteur nous livre ainsi une mise en perspective critique précieuse des courants qui sont à l'origine de la pensée communicationnelle moderne. Là encore, la position de l'auteur s'appuie sur un certain nombre d'oppositions, de différences, reprises dans la conclusion de l'ouvrage : en définissant largement le projet des SIC par la négative, par ce qu'il ne saurait (ne devrait) être, Bernard Miège, tient parfaitement son engagement de ne pas produire une théorie générale.
- 5 Nous retiendrons ici trois orientations fortes. Bernard Miège invite la recherche en communication à se détacher d'une attention trop marquée sur les évolutions erratiques, les mutations rapides et largement liés aux techniques qui entretiennent l'illusion d'une suite effrénée de ruptures. Il réaffirme ainsi en de nombreux endroits l'importance que revêt à ses yeux l'épaisseur historique des changements, la perspective du temps long, des logiques stabilisées, des continuités, des changements « *structuraux* » qui affectent les pratiques sociales et culturelles. Il souligne ainsi le nécessaire décentrage de la sphère technique, ce qui le conduit dès lors à revenir sur l'importance de l'articulation entre les réseaux techniques et les réseaux sociaux.
- 6 Par ailleurs, l'interdisciplinarité des SIC, qui trop souvent ne constitue qu'un vœu pieu ou une coquille vide où s'abîme la pensée communicationnelle, ne réside pas à ses yeux dans une simple cross-fertilisation ou un bricolage théorique fait d'emprunts à deux ou trois disciplines, mais la perspective inter-scientifique, inter-discipline doit permettre véritablement d'appréhender le paradigme communicationnel dans ce qu'il a de spécifique.
- 7 Troisièmement, sans dénier l'intérêt des approches micro-sociologiques, l'auteur convie les chercheurs à ne pas négliger le niveau macro, les logiques d'actions des acteurs en position dominante, insistant sur le fait que les mouvements de la technique et les mouvements de la société ne peuvent être pensés au strict niveau micro-social.

- 8 Concernant la méthode, on trouvera ici des développements particulièrement précis de ce qui s'affirme comme un des apports essentiels de l'auteur : « *par-delà toutes les actions des acteurs sociaux dans ce champ (concept qu'il remet par la suite en question), il y a des logiques qui permettent d'expliquer pourquoi les acteurs interviennent dans tel ou tel sens. Non pas une vision déterministe : les acteurs en question ont un champ d'action relativement ouvert devant eux. Mais ils agissent autant qu'ils sont agis par un certain nombre de déterminations que [Bernard Miège] appelle logiques sociales* ». La troisième section de l'ouvrage est en effet consacrée à l'explicitation de la « méthode heuristique : les logiques sociales de la communication ».
- 9 Bernard Miège définit les logiques sociales comme « *des mouvements structurants-structurés de longue durée* », « *des logiques transversales fortes et structurales* », « *des tendances* », « *des changements* », « *des mutations* ». L'idée centrale est que les logiques sociales sont des mouvements où (ou plutôt, autour desquels) s'expriment, se déroulent, et s'affrontent les stratégies des différentes catégories d'acteurs sociaux, des mouvements transversaux, des mouvements participant tous à/de la communication médiatisée, et des mouvements s'entrecroisant et donc se complétant ou entrant en concurrence. Les principales logiques sociales que l'auteur identifie et sur lesquelles il travaille sont : le modèle éditorial vs le modèle de flot (et leurs déclinaisons), l'articulation entre l'oligopole et la fourmilière, l'articulation entre industries de réseaux, industries de matériels et industries de contenu, le processus d'informationnalisation (également info-communicalisation), le développement du modèle réticulaire, l'individualisation des pratiques informationnelles et culturelles, la fragmentation de l'Espace Public débouchant sur la constitution d'Espaces Publics Partiels, l'alignement sur le média dominant, la médiatisation des instances de médiation et enfin, le métissage des supports de la communication.
- 10 Il est important pour Bernard Miège de rappeler qu'il s'agit de logiques ou de mutations transversales, qui ne sont pas spécifiques à l'une ou l'autre des industries culturelles (toujours le refus des approches strictement sectorielles) mais qui caractérisent l'ensemble du « champ » de la culture, de l'information et de la communication.
- 11 Si cet ouvrage constitue une somme, il n'est aussi et seulement pour son auteur « qu'une étape et un moment de clarification [qu'il] souhaite partager avec d'autres »...