La méthode comme point de départ ?

Methodology as a Starting Point

Florence Rio

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/edc/882>

DOI : 10.4000/edc.882

ISSN : 2101-0366

Éditeur

Université Lille-3

Édition imprimée

Date de publication : 1 avril 2009

Pagination : 51-61

ISBN : 978-2-917562-01-7

ISSN : 1270-6841

Référence électronique

Florence Rio, « La méthode comme point de départ ? », *Études de communication* [En ligne], 32 | 2009, mis en ligne le 02 décembre 2014, consulté le 20 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/edc/882> ; DOI : 10.4000/edc.882

Ce document a été généré automatiquement le 20 avril 2019.

© Tous droits réservés

La méthode comme point de départ ?

Methodology as a Starting Point

Florence Rio

- 1 Penser un objet de recherche, c'est penser à la fois un objet scientifique et un objet concret, en s'appuyant sur les acquis théoriques et pratiques des recherches existantes. Aussi, la question de la méthode est au cœur de tout travail de recherche puisque c'est elle qui permet l'articulation de ces objets scientifiques et concrets.
- 2 Le champ théorique des Sciences de l'information et de la communication par sa construction épistémologique, ne disposant pas ou peu de méthodes propres et devant souvent faire appel aux champs de la sociologie ou de la psychologie par exemple pour se construire pose la question du choix des méthodes d'analyse. En particulier, un travail de recherche se construit en plusieurs moments. Des moments théoriques et des moments pratiques, des moments d'observation et des moments de conceptualisation qui conduisent à partir d'un objet spécifique, à articuler l'ensemble d'une réflexion autour d'une question centrale, parfois multiple. Ce questionnement central n'est pas toujours le point de départ du travail de recherche, bien au contraire, il peut aussi être le fruit d'une investigation méthodologique importante.
- 3 Dans le cadre de nos propres travaux de recherche, le choix de la presse éducative comme objet scientifique a été source de différents questionnements quant à la méthode et l'hypothèse considérant la nature des discours médiatiques et en particulier les liens que ces derniers entretiennent avec les discours sociaux, professionnels ou institutionnels. Ces choix méthodologiques se sont construits progressivement suite à différents constats ou diverses obligations de terrain.

Choisir une méthode

- 4 Le premier élément problématique dans le choix d'une méthode d'analyse concerne l'observation et l'inscription dans le domaine de recherche lui-même. En effet, l'objet de recherche et la méthode d'analyse doivent s'inscrire dans le champ disciplinaire mais plus que cela, ils doivent également répondre à une possible demande de ce champ et proposer éventuellement de nouveaux outils d'analyse méthodologique.
- 5 Par exemple, l'observation des domaines de recherche du champ disciplinaire des SIC, a permis, dans le cadre de nos travaux, de constater la relativement faible représentation des questionnements sur le secteur de la presse jeunesse. Aussi, il ne s'agissait pas seulement de mener à bien une recherche mais également de contribuer à l'élargissement des investigations des SIC comme interdiscipline en invitant à porter les regards vers des supports négligés en considérant en particulier avec Y. Jeanneret et B. Ollivier, que « *dans la construction d'un champ, les vides ne sont pas moins significatifs que les pleins* » (2004, p.18). Or s'interroger sur le faible intérêt que les SIC portent à certains produits médiatiques en dit long sur les hiérarchies implicites de ce domaine d'études qui semble favoriser les médias dominants, mais cela invite également à proposer des structures et des méthodes d'analyse valides et validantes pour les recherches à venir.
- 6 Le second point jouant dans la détermination méthodologique d'un travail de recherche peut être lié comme nous l'évoquions plus haut à l'interdisciplinarité inhérente à l'objet de recherche lui-même. Ici, la presse éducative, en tant que carrefour disciplinaire, interpelle à la fois les SIC pour l'aspect médiatique de l'objet et les Sciences de l'Éducation (Sed) pour le contenu notionnel et les visées du dispositif. Or, « *c'est toujours dans la confrontation avec d'autres espaces disciplinaires que se conquiert la réelle conceptualisation* ». Cette démarche, que nous empruntons à B. Ollivier et Y. Jeanneret (2004), avait pour ambition de repousser l'idée que les objets ou les méthodes sont exclusivement réservés à certaines disciplines particulières. Ainsi, la question de la transposition des discours, c'est c'est-à-dire de l'adaptation au support médiatique de discours à l'origine non-médiatiques et ici plus particulièrement dans un support de presse éducative est parcourue de façon transversale par différents questionnements méthodologiques et théoriques inhérents à ses « voisinages » scientifiques, c'est-à-dire qu'elle renvoie à des approches issues des sciences de l'éducation, de la pédagogie, de la psychosociologie, etc. Il s'agissait donc de trouver une place théorique et institutionnelle à un domaine de recherche tout en le légitimant et en l'inscrivant dans un univers social interdisciplinaire.
- 7 Cependant, l'objectif d'une recherche en SIC est aussi et avant tout d'ancrer son objet dans la discipline des SIC. Aussi, ici, par exemple, il ne s'agissait pas d'aborder la communication éducative dans une analyse de l'acquisition de savoirs en vue d'une évaluation, ni dans la considération de données de psychologie cognitive comme cela pourrait être le cas dans une recherche en Sciences de l'éducation, mais il s'agissait de déterminer les dimensions communicationnelles sémiotiques des dispositifs et de considérer l'objet médiatique dans une dimension pragmatique prenant en compte la transversalité éducative du discours.
- 8 Cet objectif final ne s'est néanmoins pas dessiné dès le début de la recherche et les tâtonnements méthodologiques et imprévus de terrain font largement partie de la construction de la méthode. Aussi, nous souhaitons mener dans cette communication une double réflexion sur les dispositifs méthodologiques qui s'intéresse d'une part à

l'influence que le terrain peut avoir sur les choix méthodologiques et d'autre part à la façon dont on peut/doit s'approprier une méthode (et la littérature qui lui est associée) pour mener à bien une recherche à la fois personnelle et inscrite dans un champ disciplinaire reconnu.

Quand le terrain détermine la méthode

- 9 Le terrain, le choix du corpus ou de l'objet concret et les possibles de la recherche ont une incidence sur la méthode utilisée. Dans le cadre d'un travail de recherche, l'objet scientifique ne peut être dissocié de l'objet concret et plus exactement, l'objet concret sera la mise en scène de la réflexion scientifique.
- 10 Un travail de recherche de Doctorat peut trouver des racines dans des réflexions antérieures et se proposer d'aborder des questionnements en lien avec des recherches passées et faisant échos à une première réflexion théorique et méthodologique. Dans le cadre de notre propre recherche de Doctorat, l'apparition de rubriques de philosophie pour adolescents dans les pages du magazine *Okapi* semblait pouvoir constituer une matière *a priori* riche pour l'analyse des contenus et *a priori* propice à des réflexions sur la présence de l'adulte dans le discours médiatique et sur la part de la morale dans les supports de presse éducative, objectif envisagé dans des travaux antérieurs¹.
- 11 Suite à ces questionnements antérieurs, la méthode envisagée pour ce travail de thèse allait donc de pair avec une problématique initiale s'orientant vers une analyse de contenu, s'appuyant en particulier sur les théories de L. Bardin (2001) et envisageant l'utilisation de logiciels d'analyse lexicographique (*Lexico 3*). Il s'agissait de mener une analyse en production et en réception en assistant aux débats entre le philosophe et les adolescents², en recueillant des témoignages puis en procédant à une analyse de contenu. L'enjeu était de parvenir à relever les tendances formelles et fondamentales entre le produit initial (la discussion) et le produit final (la rubrique de presse). Le but était d'avoir accès au produit brut qu'était la discussion initiale et de la mettre en relation avec le produit médiatique proposé aux adolescents dans les pages du magazine par la maison Bayard, pour parvenir à une typologie des représentations de la maison d'édition et du philosophe. L'intérêt de ce choix méthodologique était qu'il permettait de répondre à la problématique initiale portant sur le discours moral des dispositifs pour la jeunesse.
- 12 Cependant, et c'est là que le terrain devient déterminant dans la constitution de la méthode mais aussi de l'analyse et de la problématique, il peut arriver que la collaboration attendue, que les documents nécessaires ou que les personnes-témoins ne soient pas disponibles ou accessibles. Dans ce cas, le travail de recueil de témoignage ou l'observation participante devient impossible. Ici, la collaboration avec la maison d'édition s'est avérée très succincte et l'objectif initial était donc compromis.
- 13 Le jeune doctorant doit dans ce cas repenser dans sa totalité le principe méthodologique de ce travail de recherche. Ici, par exemple, un corpus réduit se construisant au fil des semaines, numéros après numéros, n'offrait plus de matière suffisante et intéressante pour une analyse de contenu et l'analyse en réception ne pouvait dans ce cas se passer d'un contact direct avec les destinataires. Mais dans ce type de revirements méthodologiques, il ne s'agit pas seulement de substituer une méthode à une autre mais bien de repenser le principe même de la recherche, de recentrer la problématique sur d'autres interrogations et questionnements, de construire différemment son objet et sa

perspective de recherche. En ce qui nous concerne, les témoignages en production et en réception et la matière brute étant absents, il s'agissait de repenser l'objet, cette rubrique de philosophie pour adolescents, comme un produit fini, comme un produit clos, indépendant des représentations des producteurs et du philosophe, de ne considérer que l'objet médiatique lui-même et en même temps de l'inscrire dans un univers médiatique et socio-historique plus large en menant une réflexion sur le média lui-même et en recentrant la problématique autour de la question du genre des dispositifs médiatiques.

- 14 Le rôle du directeur de recherche est dans ce cas plus qu'important puisque c'est à travers ses conseils et ses suggestions de lecture que le doctorant parvient à reconstruire un canevas méthodologique et s'ancre dans une nouvelle logique analytique.

La notion de genre comme méthode

- 15 Dans le cadre d'une réflexion sur le genre comme nous l'imaginions désormais, la notion même de « genre » a imposé et construit une perspective méthodologique. Il fallait en effet trouver une méthode permettant de considérer, dans une perspective pragmatique, tous les aspects du « genre médiatique ».
- 16 Nous renvoyons ici en particulier aux définitions du genre de D. Maingueneau par exemple qui détaille trois typologies : la typologie communicationnelle, la typologie situationnelle et la typologie linguistique et discursive. En ce qui concerne la typologie communicationnelle, elle classe les éléments de discours à partir de la visée communicationnelle des *fonctions du langage* (cela rejoint les travaux antérieurs de R. Jakobson) et des *fonctions sociales* de l'énoncé. La typologie situationnelle, elle, considère que le *dispositif* peut varier selon les époques. Ainsi, « *le genre n'est pas déterminé, comme on le dit souvent, par les caractéristiques formelles du discours, mais bien par la situation qui met en place des conditions de production du discours* » (Charaudeau, 2006, p.12). Cette différenciation linguistique et situationnelle du genre permet de faire, avec E. Veron, une distinction fondamentale entre ce qu'il nomme les *genres-L*, genres caractérisés par l'agencement de leur matière langagière (dialogue, interview, débat, etc.) et les *genres-P*, produits d'une société de communication et de commercialisation (mensuel féminin, magazine éducatif, etc.). Les *genres-P* sont en lien étroit avec les « types de discours ». Ces derniers représentent l'alliance entre supports organisationnels et rapports sociaux qui structurent l'imaginaire d'émission et de réception des discours (discours politique, éducatif, etc...). La typologie linguistique et discursive, troisième et dernière typologie définie par D. Maingueneau, propose, quant à elle, une synthèse des deux typologies précédentes (situationnelle et communicationnelle) en considérant les propriétés énonciatives du discours en fonction de la situation de communication. La communication est dans cette mesure la résultante d'une co-construction qui « *ne se fait pas de façon aléatoire. Elle se fait dans des situations qui, à force de récurrence, finissent par se stabiliser en « types »* » (Mucchielli 1991, p.72). « *Chaque type de situation de communication, par référence aux situations culturelles habituelles d'échange, comporte des normes communicationnelles, c'est-à-dire un ensemble de règles qui exerce un contrôle sur les pratiques de communication* » (Mucchielli 1991, p.72).
- 17 Cette notion de « type de discours » que l'on trouve chez D. Maingueneau, E. Veron ou A. Mucchielli renvoie à celle de « genres discursifs » chez P. Charaudeau ou S. Moirand et désigne la combinaison socio-matérielle englobant une structuration langagière et un

produit social. Il s'agit d'« une désignation par laquelle les membres d'une communauté de communication s'accordent à classer les textes » (Beacco et Moirand, 1995, p.47). « "Le genre" serait donc une représentation socio-cognitive intériorisée que l'on a de la composition de ce que [Sophie Moirand] appelle, faute de mieux, des unités discursives empiriques, une représentation donc des activités langagières qui surgissent dans une situation X, une communauté Y, avec une langue Z et une culture Z' sous des formes diverses (textes, exposés, échanges verbaux, etc.) » (Moirand, 2003, p.1).

- 18 À partir de ces éléments théoriques, la méthode choisie dans le cadre de ce travail de recherche devait donc permettre l'analyse de ce double ancrage linguistique et social de la notion de genre en prenant comme postulat psychosocial que « toute communication humaine implique la construction d'une situation prête à être « habitée » par les personnes concernées » (Esquenazi, 2002, p.107) et qu'elle s'apparente à un ensemble « d'actes rituels qui établit les prérogatives et les devoirs de chacun d'entre nous » (Esquenazi, 2002, p.107). Il s'agissait de parvenir à mettre en valeur le fait que le genre repose de cette façon sur la notion de contrat qui fait entrer chaque membre de la communication dans un jeu de reconnaissance de références co-partagées. Par la ritualisation du contrat, chacun reconnaît les éléments typologiques et caractérise les types de situation de communication grâce à son « habitus », que A. Mucchielli décrit comme « la structure cognitive d'un groupe tout entier qui intervient dans l'appréhension du monde et dans la genèse des conduites d'adaptation au monde », comme « un système de perception, de pensées et d'appréciation commun à tout un groupe » (Mucchielli, 1991, p.78). Or, l'habitus grâce à un stock de modèles sociaux et de structures narratives préétablies permet la reconnaissance de certaines situations. Mais il est aussi celui qui permet de créer de nouveaux modèles situationnels en reconnaissant des éléments ou des manquements d'éléments par un processus de déductions antithétiques.
- 19 De fait, déterminer les caractéristiques d'un genre médiatique nouveau et d'une situation spécifique de communication, impliquait, au niveau méthodologique, de définir les éléments par opposition ou corrélation successives. Il s'agissait donc d'opérer des comparaisons médiatiques ou sociales à partir de « modèles culturels de communication » (Mucchielli, 1991, p.78) et de modèles de dispositifs communicationnels, « porteurs de normes communicationnelles grâce à une perception-interprétation du genre » (Mucchielli, 1991, p.78).
- 20 La démarche réflexive et méthodologique considère dans ce cas le genre comme un « dispositif socio-historique » (Maingueneau, 1996) en partant du postulat que chacun a une idée de ce qu'est un genre de l'éditorial, du fait divers ou du débat (*genre-L*), etc., mais que celui-ci peut apparaître dans différentes situations de communication (différents *genre-P*). Ainsi, ces « genres socio-historiques » se déclinent à travers une grande diversité de sous-genres dont les caractéristiques fluctuent en fonction des éléments situationnels.
- 21 Une méthode pour caractériser un genre discursif doit donc permettre de trouver des traits définitoires communs et récurrents à plusieurs discours. L'analyse d'un genre a donc pour objectif de distinguer le constitutif du normatif, « le substantiel de l'accidentel » (Jost, 1997) pour arriver à une définition stable. Dans cette perspective, l'approche linguistique analytique de l'information médiatique de P. Charaudeau s'est imposée comme une méthode validante pour cette recherche dans la mesure où elle invite, en plus d'examiner l'*Objet-texte*, à considérer la visée situationnelle en déterminant son origine et son lieu de Pertinence³ et à définir les axes de typologisation. Cela nous a permis d'affirmer que le genre dépend des constructions discursives et situationnelles et que les axes de

typologisation permettent d'analyser le type de mode discursif, le type de l'instance énonciatrice, le type de contenu, ainsi que les caractéristiques du dispositif scénique.

- 22 Il s'agit là d'une approche théorique de la notion de « genre » mais elle devient méthode dans le cadre de cette recherche dans la mesure où il s'agit de considérer avec S. Moirand que les communautés médiatiques sont « *productrices d'opinion mais qu'elles les reçoivent aussi en provenance d'ailleurs ; elles ont pour objet propre de produire de l'information ; elles sont autant de « lieux de passage » des connaissances ; et enfin, elles produisent des textes destinés à un marché dont on peut se demander s'il les consomme uniquement en fonction de leur adéquation à ses représentations sociales et à ses convictions morales* » (Beacco et Moirand, 1995, p.47).
- 23 Autrement dit, la presse éducative, objet de notre recherche, n'était pas le simple lieu d'une manifestation langagière, elle était aussi le terrain de construction d'un objet discursif. Elle n'était pas une simple production linguistique, elle était un produit socio-culturel, socio-commercial qui puisait ses contenus dans les différents discours sociaux existants. Une approche linguistique ne permet pas d'atteindre le produit que représente le genre. Une approche sémiopragmatique considérant la construction linguistique, la macro-structure et les conditions de productions du produit en lien avec l'histoire et la société est donc devenue un outil plus performant dans le cadre de cette recherche de caractérisation d'un genre, permettant d'appréhender le dispositif de presse dans sa globalité et de mener une analyse thématique et communicationnelle se passant de l'avis des destinataires et des éditeurs.

Adapter les méthodes

- 24 Notons enfin que, bien entendu, une méthode n'est pas toujours applicable telle qu'elle. Les grilles d'analyse proposées par les modèles méthodologiques demandent souvent à être adaptées. Par exemple, l'approche sémiopragmatique de P. Charaudeau et les réflexions de G. Lochard sur le genre des dispositifs médiatiques concernaient essentiellement les médias audiovisuels, il fallait pouvoir les adapter au support de presse de notre recherche.
- 25 De même, l'établissement d'une typologie des genres doit souligner des récurrences discursives grâce à la comparaison d'éléments équivalents. Cela rejoint ce que B. Ollivier affirme quand il écrit que « *la connaissance des territoires voisins dans l'espace (sciences proches) et dans le temps (approche généalogique) renforce la cohérence des concepts qu'on utilise, dont on connaît dès lors mieux les ambiguïtés et la possible pertinence face aux objets de recherche que l'on entend constituer* » (Ollivier, 2000, p.14). Or, cette méthodologie appliquée à notre objet, objet novateur et donc isolé, nous a contraint à dépasser l'attitude médiacentrique souvent reprochée aux SIC et à considérer d'autres productions, non-médiatiques. Cela a permis d'affiner notre réflexion en nous invitant à considérer que chaque discours porte les marques des productions antérieures ou contemporaines et que tout produit médiatique se nourrit de différents dispositifs extra-médiatiques. Cette contrainte méthodologique a joué un rôle déterminant dans l'affirmation de cette problématique construite autour de la question de la transposition des discours sociaux et de leur adaptation au support médiatique.
- 26 Il apparaît donc au regard de ce parcours que contrairement aux idées reçues, la méthode n'est pas toujours première et elle peut (doit ?) évoluer au cours de la progression de la recherche. Par ailleurs, il semble assez clair ici que la méthode ne doit pas être considérée

comme un simple outil d'analyse. Elle est au cœur des questionnements théoriques et peut même, ce fût le cas ici, être à l'origine d'orientations radicales et même des conclusions des travaux de recherche.

BIBLIOGRAPHIE

Bardin, L., (2001. [1977]), *L'Analyse de contenu*, Paris, PUF, 291p.

Beacco, J-C., Moirand, S., (1995), *Autour des discours de transmission de connaissance*, in *Langages* n°117, pp. 32-53.

Charaudeau, P., (2006), *Un modèle socio-communicationnel du discours. Entre situation de communication et stratégie d'individuation*, in *Médias et Culture*, numéro spécial en hommage à Daniel Bounoux : « Discours - outils de communication - pratiques : quelle(s) pragmatique(s) ? », Paris, L'harmattan.

Charaudeau, P., (1983), *Langage et Discours*, Paris, Hachette Université, 175 p.

Esquenazi, J-P., (2002), *L'écriture de l'actualité, pour une sociologie du discours médiatique*, Grenoble, PUG, 183 p.

Goffman, E., (1974), *Les rites d'interaction*, Paris. Ed. de Minuit, 230 p.

Jeanneret, Y., Ollivier, B., (2004), *Une discipline et l'université française*, Hermès, n°38.

Jost, F., (1997), *La promesse du genre*, in *Réseaux* n°81, février 1997.

Maingueneau, D., (1996), *Les termes clés de l'analyse du discours*, Paris, Seuil, 93 p.

Moirand, S., (2003), *Quelles catégories descriptives pour la mise au jour des genres du discours ?*, Texte édité en octobre 2003 sur le site de l'UMR ICAR, Lyon 2 et ENS LSH dans les actes de la journée *Les genres de l'oral* - [http://icar.univ-lyon2.fr/Equipe1/actes/Journee_Genre/Moirand_cat_genres.rtf]

Mucchielli, A., (1991), *Les situations de communication*, Paris, Eyrolles, 131 p.

Ollivier, B., (2000), *Observer la communication : naissance d'une interdiscipline*, Paris, CNRS éditions, 184 p.

Veron, E., (1988), *Presse écrite et théorie des discours sociaux : production, réception, régulation*, in Charaudeau P. (dir), *La Presse, Produit, Production, Réception*, Paris, Didier, pp.11-25.

NOTES

1. Il s'agit de deux travaux antérieurs : un mémoire de Maîtrise en Lettres Modernes « Étude sémiologique de la littérature enfantine, Théories et Pratiques, Création et Réception » (UVSQ, 2001) et un mémoire de DEA en Sciences de l'Information et de la Communication portant sur les pratiques éditoriales des productions pour la jeunesse sous la direction de J. Gonnet : « Pensée d'adultes, Livres d'enfants » (Paris 3 - 2002). Ces deux travaux préliminaires abordaient en

particulier la question des pratiques éditoriales pour enfants en considérant en particulier les pratiques de censure, d'adaptation et le caractère moralisateur des publications pour la jeunesse.

2. L'objet concret était la rubrique « La Bonne Question », rubrique de philosophie pour adolescents publiée dans chaque numéro du magazine bi-mensuel *Okapi* de 2001 à 2007. Cette rubrique mettait en scène dans une structure dialogale le philosophe et les adolescents autour d'une question de type philosophique : « *sommes nous tous égaux ?* », « *pourquoi la mort existe-t-elle ?* ».

3. Le lieu de Pertinence concerne le produit fini, qu'il considère comme « le lieu dans lequel se configure un texte porteur de sens comme résultat d'une mise en scène signifiante qui inclut les effets de sens visés par l'instance médiatique et ces possibles, qui sont construits par la pluralité des lectures de l'instance de réception dans un rapport de co-intentionnalité », P. Charaudeau, 1997, p.137.

RÉSUMÉS

Cet article mène une double réflexion sur les dispositifs méthodologiques. D'une part, il revient sur l'influence que le terrain peut avoir sur les choix méthodologiques et d'autre part il s'intéresse à la façon dont on doit s'approprier une méthode (et la littérature qui lui est associée) pour mener à bien une recherche à la fois personnelle et inscrite dans un champ disciplinaire reconnu. En particulier, il aborde la question du « genre » et montre comment l'étude du genre implique des choix méthodologiques spécifiques et comment les grilles d'analyse proposées par les modèles méthodologiques demandent souvent à être adaptées.

This article brings thoughts on two aspects of methodological models. On one hand, it refers to the influence of the background on methodological choices. On the other hand, it deals with the means by which a method, and its literature, is adopted in order to successfully lead both personal and academic researches. More precisely, as the study of the types of discourses implies different methodological choices, the means suggested by methodological models vary and have to be adapted by each researcher.

INDEX

Mots-clés : méthode, genre, situation de communication, transposition médiatique

Keywords : method, types of discourses, communication situation, media transposition

AUTEUR

FLORENCE RIO

Florence Rio est docteure en Sciences de l'Information et de la Communication et actuellement MCF à l'université de Lille 3 au laboratoire GERIICO. Ses travaux, dont sa thèse « Approche sémiotique d'un phénomène de transposition médiatique : le discours de vulgarisation philosophique dans la presse éducative » s'intéressent aux questions éducatives et aux discours

médiatiques adressés aux jeunes. Elle travaille en particulier sur les discours de vulgarisation, sur les médias pédagogiques et sur la presse spécialisée.