

Savoir savants et savoirs professionnels pour une communauté de recherche élargie en Sciences de l'information et de la communication

Cette intervention n'aborde pas directement la thématique de cette journée. Mon rôle est d'exposer le cadre dans lequel nous souhaitons développer une pratique de recherche sous la dénomination *Thémat'IC* aujourd'hui labellisée. En effet, cette journée est pour nous la première d'une série consacrée à la réflexion et à l'échange sur des problématiques d'Information et de Communication. Mais elle se veut aussi un moment d'un travail de recherche qui pourrait se poursuivre dans l'intervalle de ces journées thématiques sous d'autres formes, plus interactives.

Les IUT et la recherche universitaire

Bien que créés pour se consacrer dans l'université à la formation technologique et professionnelle, les IUT s'inscrivent pleinement dans une des missions de l'Université qui est de produire de la connaissance. Dans ce sens, il n'est pas question de nous placer dans un espace à part en affirmant qu'il y aurait une pratique de recherche spécifique aux IUT, ni surtout de la réduire à une activité de « transfert de technologie » pour employer une expression consacrée. Ceux parmi nous qui font de la recherche, de manière permanente ou occasionnelle, et ceux parmi nous qui se préparent aujourd'hui à devenir chercheur, sont des chercheurs de plein droit. Et ceux dont le statut fait de la recherche une dimension importante de leur activité s'inscrivent à part entière dans la communauté scientifique.

Chaque chercheur est membre d'un laboratoire universitaire correspondant à l'orientation de ses recherches, tant il est vrai que la recherche est une pratique collective. Nous nous référons aux concepts, aux théories et aux méthodes des disciplines scientifiques auxquelles nous avons choisi d'appartenir : Sciences de l'information et de la communication, Sociologie, Sciences du langage, Histoire, Informatique, etc. Nous participons aux rencontres nationales et internationales sous forme de colloques, de journées d'étude, de séminaires, parce que le savoir scientifique ne peut s'élaborer que dans l'échange et la controverse, et son autonomie ne peut être garantie que par le contrôle collectif d'une communauté de chercheurs.

Une spécificité fondamentale de la recherche universitaire, qu'il convient cependant de rappeler périodiquement, est le lien entre l'enseignement et la recherche. Former universitairement des générations d'étudiants, c'est leur permettre d'accéder à des connaissances actualisées. Mais c'est aussi - progressivement bien sûr - les amener à se placer en position réflexive dans toutes les dimensions de leur existence : individuelle et sociale, professionnelle et citoyenne. S'il ne s'agit pas de transformer tout le monde en chercheur professionnel, il est indispensable de faire connaître l'existence et le mouvement de la recherche qui permet cette distance.

Pratique professionnelle et recherche académique

Une fois réaffirmé qu'il n'y a pas de recherche spécifique aux IUT, on peut se poser quand même la question de ce qui peut être considéré comme un contexte spécifique d'élaboration de programmes de recherche. Pour ma part, je pense que c'est dans leur mission de formation à des pratiques professionnalisées, et donc rationalisées, que se trouve cette spécificité. Ces pratiques

ne peuvent se restreindre à la mobilisation de savoir-faire, à la mise en œuvre de techniques et de procédures, à la maîtrise d'outils. Toute pratique, quelle qu'elle soit, met toujours en jeu des savoirs, qu'ils soient implicites ou explicites, intuitifs ou rationalisés.

Est-il nécessaire cependant, pour exercer un métier, d'explicitier ces savoirs à l'œuvre dans toute pratique professionnelle ? On parle sans consulter en permanence grammaires et dictionnaires, et on fait de la bicyclette sans connaître les lois de la gravitation. La question est donc moins d'opposer la pratique à la théorie que de décider s'il faut ouvrir ces « boîtes noires » qui orientent les pratiques, et si oui à quel moment et dans ce cas jusqu'où faut-il remonter ?

Par exemple, dans un de nos domaines de compétence - la publicité - ce qui fonde les pratiques professionnelles, et qui les légitime, c'est la croyance dans l'influence des messages et des représentations qu'ils véhiculent, et donc dans leur pouvoir de déterminer nos comportements. Cette "croyance" n'est jamais remise en cause, par crainte de désenchanter l'exercice même du métier. Et pourtant, aucune étude un tant soit peu rigoureuse et contrôlée n'a jamais réussi à produire un savoir définitif sur les effets de la publicité. Si l'on observe des variations dans les comportements des consommateurs, rien ne prouve qu'elles soient des effets des messages diffusés. On constate même des variations inverses entre pression publicitaire et comportement d'achat !

Par ailleurs, les discours des professionnels de la publicité se confortent de la référence à des savoirs savants : il s'agit aussi bien de Psychologie que de Sociologie, de Science de gestion que d'Économie, de théorie de la communication que de Linguistique et de Sémiologie. Mais dans l'exercice quotidien des métiers, ces savoirs ne sont jamais mobilisés comme tels. La pratique est intuitive, routinière, mettant en œuvre des procédures éprouvées par l'expérience. Et l'on invoque plus volontiers le talent, la créativité, c'est-à-dire des compétences ineffables qui appartiennent en propre à certains individus et ne peuvent être l'objet d'aucune rationalisation, ni être transmises, et a fortiori ne peuvent être l'objet d'aucune connaissance.

Il faut donc admettre que les savoirs produits par une pratique scientifique de recherche sont d'un autre ordre que ceux produits par une réflexivité sur la pratique professionnelle. On ne peut pas dire qu'ils soient plus vrais que ceux qui font la preuve de leur efficacité pratique. D'ailleurs il n'y a pas, sur un même objet, une seule théorie : le monde de la science est un univers de concurrence théorique, parfois même un marché. De la même façon, dans le monde professionnel, il n'y a pas une seule réponse pratique à un problème posé. Ce qui alimente la concurrence dans les offres de produits et de services. Entre agences de publicité par exemple, c'est précisément la mise en œuvre de savoirs pratiques concurrents qui fait leur différence, qu'elles n'hésitent pas à appeler leur « philosophie ».

Interroger les savoirs mobilisés dans les pratiques, c'est donc moins poser la question de leur vérité que des conditions de leur production. Dans leur pratique, ceux qui exercent un métier utilisent des connaissances scientifiques, mais s'appuient aussi sur du sens commun. Et par réflexion sur leur pratique, ils produisent des connaissances. Non seulement celles qui servent à la résolution de problèmes pratiques, mais celles aussi qui fondent et légitiment leur pratique. Il est symptomatique par exemple que les publicitaires produisent périodiquement des livres grand public qui exposent les fondements de leur pratique pour en justifier l'utilité sociale. À cet égard, Jacques Séguéla s'est imposé pendant 30 ans comme une marque de fabrique.

De leur côté, les chercheurs « scientifiques » produisent des connaissances qui se matérialisent dans des techniques, mais aussi des savoirs sur les pratiques elles-mêmes. Leur recherche n'est cependant pas initialement guidée par le souci d'apporter des réponses pratiques, ce qu'on

appelle bizarrement la recherche appliquée. Elle vise d'abord à produire des généralisations théoriques et conceptuelles dont l'objectif est d'enrichir notre connaissance du monde, de l'homme et de la société. Les phonéticiens des années 1920-30 n'étaient pas déterminés, dans leurs études sur les composants de la voix humaine, par le souci de produire des logiciels de reconnaissance vocale.

Une pratique de recherche ouverte

Ces réflexions générales conduisent à proposer ce qui pourrait être un programme de recherche à développer dans le cadre des *Thémat'IC*.

- a) construire les pratiques professionnelles comme l'« objet » même de la recherche
- b) étudier les conditions dans lesquels se construisent les savoirs de sens commun, les savoirs pratiques et professionnels, les savoirs savants dans les domaines de l'information et de la communication.
- c) étudier en termes communicationnels, les modalités de circulation entre ces savoirs (emprunts, appropriation, traduction)
- d) interroger les pratiques professionnelles comme des pratiques sociales dont les enjeux sociaux sont une des dimensions (déontologie)

Au-delà des thématiques et des problématiques, ce que nous souhaitons construire est une forme de recherche élargie. Ce n'est pas chose facile. Mais pour le dire de manière ambitieuse, nous souhaiterions construire ensemble une communauté scientifique élargie réunissant « professionnels » et chercheurs.

Les problématiques et les théorisations proposées par la recherche en Sciences humaines et sociales rencontrent un intérêt au-delà de la communauté scientifique. Ces recherches se font aujourd'hui moins critiques, moins surplombantes et donc moins donneuses de leçon. Elles sont plus soucieuses d'être sur le terrain et plus attentives aux discours des acteurs sociaux. Les recherches ethnographiques, par exemple, où le chercheur se mêle aux acteurs sociaux, parfois même dans une attitude d'observation participante, trouve une légitimité scientifique accrue. Les acteurs n'y sont plus de simples sujets d'observation ou de simples "informateurs", mais deviennent des partenaires actifs de la production de savoir. Ce qui ne signifie pas que ces recherches se contentent de décrire et de refléter je ne sais quelle réalité qui préexisterait à son appréhension. Elles construisent des savoirs, élaborent des théorisations à l'écart des enjeux divers qui traversent le corps social. Cette quête permanente d'autonomie est précisément ce qui caractérise la pratique scientifique.

De leur côté, les Sciences de l'Information et de la Communication se détournent des positions critiques et normatives *a priori* pour observer des situations de communication réelles qui mettent en interaction des personnes, des dispositifs, des institutions, des pratiques, etc., dont les savoirs mis en œuvre par ceux qui communiquent sont une dimension essentielle. De ce point de vue d'ailleurs, les catégories normatives se brouillent : les frontières entre l'information et la communication, entre le journalisme et la publicité, entre le marchand et le non marchand, etc. deviennent poreuses. Les pratiques professionnelles s'hybrident. Il ne suffit pas de les dénoncer. Il faut comprendre ce qui se passe, et quelles transformations sociales plus générales déterminent ces changements.

Les notions de « besoin » et d'« usage » interrogées aujourd'hui sont à cet égard largement transversales et intéressent plus d'une pratique d'information et de communication, qu'il s'agisse des médias, des technologies de l'information et de la communication, des réseaux, mais aussi de la communication politique ou de l'enseignement, etc. La question du pouvoir des techniques, des messages, des institutions, des hommes... se reformule en interrogations sur les pratiques sociales d'appropriation par les individus de tout ce qui circule : document, idée, représentation. Cela suppose de s'éloigner des schémas simplistes d'une technologie libérant la diffusion de l'information, ou d'un marché régulant harmonieusement une demande et une offre, ou encore d'une rhétorique manipulatrice des consciences. L'observation de situations diverses, et a priori très éloignées les unes des autres, devrait mettre en évidence la complexité des situations de communication, révéler les interactions entre les différents acteurs qui y sont engagés et mettre au jour les formes de régulation sociales qui s'y exercent, mais aussi qui s'y inventent.