



**HAL**  
open science

## Identité, culture, et communication

Jean-François Tétu

► **To cite this version:**

Jean-François Tétu. Identité, culture, et communication. Congrès franco-mexicain SFSIC et AMIC, 2002, Mexico, Mexique. halshs-00396403

**HAL Id: halshs-00396403**

**<https://shs.hal.science/halshs-00396403>**

Submitted on 18 Jun 2009

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Identité, culture, et communication

Jean François TETU

Professeur à l'[Institut d'Etudes Politiques de Lyon](http://www.institut-etudes-politiques-lyon.fr), Equipe Médias et Identités  
([jean-francois.tetu@univ-lyon2.fr](mailto:jean-francois.tetu@univ-lyon2.fr))

Communication faite au *premier congrès franco-mexicain SFSIC* (Société française des sciences de l'information et de la communication) et *Amic* (association mexicana de investigadores en communication) Mexico, le 8-9-10 avril 2002, universidad autonoma de Mexico.

Texte intégral

Le thème de cette matinée, "identité, culture et communication" m'incite à tenter une articulation de ces trois concepts avant de dresser le panorama de la recherche en France comme cela m'a été demandé. Je le ferai à ma manière, sans doute un peu provocante, à partir de ma position, l'Europe et ses "anciens parapets".

Dans notre tradition historique, les temps modernes, la modernité, commencent avec la découverte des Amériques, la découverte d'un "autre" monde. Et s'il faut attendre quelques décennies pour que cette découverte commence à prendre vraiment sens (je pense à Montaigne), c'est bien la question de l'autre, qui, au début des temps modernes, fonde la réflexion sur la communication. La découverte de l'autre interroge ma propre identité à partir des questions que je me pose sur l'identité de l'autre. Regardons cela de plus près.

Face à l'autre, le premier mouvement est de se différencier : l'autre n'est pas moi. Mais je ne peux signifier cette différence que par le langage qui donne sens à la réalité de l'autre en lui confiant une identité symbolique, celle qui distingue le "je" qui parle, le "toi" à qui je dis "tu", et le "il" dont je parle. Au niveau individuel, celui des relations interpersonnelles, ou plutôt intersubjectives, il a fallu que quelqu'un, un parent par exemple, me dise "tu" pour que je devienne "moi", qui dis "je". Mais le même processus, non personnel cette fois, me permet de passer au rapport proprement social entre "je" et "il" (l'autre), entre le "nous" d'un groupe social, et le "ils", les autres, d'un autre groupe social. La représentation que permet le langage est donc nécessaire à l'existence sociale des identités, ouvrant ainsi la voie à la culture, inévitablement identitaire, d'un groupe social. Les études symboliques de la communication commencent là. Ainsi naît en effet la première logique de la communication : fonder l'identité à la fois sur celle d'un sujet, et sur celle d'un autre dont je me différencie : la logique de la communication repose sur la confrontation de deux identités distinctes. Or cette reconnaissance de l'autre se fait d'abord dans l'espace, parce que c'est l'espace qui marque la séparation, la distinction d'avec l'autre. Mais cet espace physique ne peut devenir espace de communication que s'il devient lui aussi un espace symbolique. C'est bien ce que signifient les frontières : quand je passe une frontière, comme en arrivant ici, je change à la fois de langue et de monnaie : je fais l'épreuve d'un "valant pour" autre chose. C'est bien ce que signifie le "change", un valant pour un autre. C'est bien pourquoi nous vivons en Europe une vraie révolution avec la suppression de nos monnaies nationales au profit du nouvel "euro" : cette révolution, c'est la naissance, au moins partielle, d'une nouvelle identité européenne parce qu'elle supprime la médiation des monnaies distinctes où se lisaient jusqu'ici les identités nationales. Reste la différence des langues. Parlons en donc un peu parce que cela permet

d'aller un peu plus loin dans cette question de l'identité. Car si l'identité symbolique passe par le langage, la question des langues pose un autre problème.

La France des temps modernes, la véritable identité de la France, n'est pas née avec la première monnaie qui s'appelait le "franc", mais avec l'ordonnance de Villers Cotteret, en 1537, qui rend l'usage du français obligatoire dans l'exercice de la justice sur l'ensemble du royaume. C'est la langue, l'unité de la langue qui, en France, a marqué l'unification symbolique du territoire. La question du pluralisme linguistique, en France, a été résolue par la domination de la langue du pouvoir royal, langue d'oïl, celle de l'Ile de France, domination perpétuée ou imposée, notamment grâce à l'école, après la Révolution. Mais nous connaissons, chez nos voisins suisses ou belges, un pluralisme linguistique constitutif : pour qu'il ne perturbe pas l'identité symbolique du pays, il suppose une autre instance symbolique, supérieure, admise par tous et donc légitimée, comme le roi en Belgique, ou la farouche indépendance politique de la confédération helvétique, associée à une grande autonomie des cantons.

Après la langue, comme moyen de communication, qui assure l'identité symbolique d'un territoire, vient la technique, et d'abord celle des voies de communication. En France, avant les routes, ce sont les voies d'eau, rivières, fleuves puis canaux, qui dessinent la première cartographie de la communication. Voici donc par exemple la figure de Vauban, célébré dans tous les manuels de l'école française pour avoir édifié ou relevé plus de 300 places fortes qui assurent la sécurité du territoire, mais qui fait aussi le premier relevé complet des voies d'eau, et perce les premiers canaux de l'époque de Louis XIV : pour l'extérieur, des forteresses qui défendent les frontières ; pour l'intérieur, le renforcement de l'unité par les voies de communication. Plus tard encore, pendant la révolution française, la structure des départements est fondée sur une géographie de la communication. L'unité de base de la république naissante, c'est une portion de territoire qui, grâce aux voies de communication, assure le lien, direct, oral, entre les citoyens et l'autorité de l'État. Une société, c'est donc un territoire, une langue, et des moyens de communication.

Cette articulation de la technique (routes et canaux) et du symbolique (la parole des citoyens devant les "préfets"), c'est en somme le coeur du politique. Bien avant les télécommunications, où l'autorité politique a joué et joue encore de tout son poids, on le voit à l'oeuvre dans la maîtrise du document et du monument : Richelieu, par le système du privilège et du contrôle qui l'accompagne, tout en feignant de protéger les libraires, assurait la mainmise du pouvoir royal sur la diffusion des nouvelles et des livres. Et Louis XIV, construisant Versailles, ne se contentait pas de retenir l'aristocratie frondeuse sous sa main, il construisait la médiation esthétique qui assure la représentation hégémonique du pouvoir. Le journal, *La Gazette*, fait le lien entre l'identité du pays et la culture monarchique ; Versailles, monument culturel, fait le lien entre l'identité du royaume et la communication du pouvoir.

Allons plus loin. L'identité nationale est une des médiations qui permettent le mieux l'articulation entre le singulier (telle personne, telle province, telle corporation) et le collectif (Peuple, ou Nation). Mais ce que montre cette expérience historique, c'est que le "nous", c'est à dire la dimension collective de l'identité, passe par la référence à un tiers : Dieu ("la France, fille aînée de l'Église", le Roi (de droit divin et "père de la nation"), l'État, ou la Patrie, en un mot, la Loi. Et cela se vit dans le temps, dans l'Histoire, ce qui me permet d'avancer vers le deuxième concept, celui de culture.

L'Histoire fonde la culture de deux façons : parce qu'elle assure une mémoire collective, et parce qu'elle est l'histoire de l'identité "contre" les autres. Il me faut faire un arrêt rapide sur la guerre. En Europe, nous avons connu trois types de guerre, qui ont donné lieu chacun à un usage bien particulier de la communication, qu'on appelle en ce cas "propagande", mais qui permettent d'articuler les trois notions phares de cette matinée. Ce sont d'abord les guerres "civiles" : la guerre civile est perçue, vécue, comme une addition de meurtres, d'où son inimaginable violence qui la rapproche de ce qu'on nomme "crime passionnel". La guerre civile, comme le crime passionnel, se vit "en famille" ou du moins entre amis : cela se passe à l'intérieur d'une "communauté". Ce sont ensuite les guerres "étrangères". La guerre extérieure, contre l'étranger, est d'abord et fondamentalement "politique" : elle dresse des nations les unes contre les autres, mais, d'une façon certaine, elle "soude" ces nations, affirme leur identité. Ce sont enfin les guerres de décolonisation (où l'usage massif des médias servait d'abord à définir, ou à refouler, l'identité symbolique des belligérants). Dans toutes les guerres d'indépendance, il s'agit de passer à l'affirmation d'identités nationales distinctes dont l'histoire (la culture) fonde justement l'identité.

Les violents conflits auxquels nous assistons depuis un demi-siècle proviennent d'abord d'une crise de l'identité nationale : dans les pays issus de la décolonisation, les frontières n'ayant pas été validées par les populations, c'est le communautarisme, ethnique, linguistique, ou religieux, qui est le moteur de l'élimination de l'autre. Alors que l'État, tel que nous le connaissons depuis deux siècles, repose sur le refoulement du "communautaire". On le voit tout aussi bien dans la difficulté de nouveaux états à sortir du communautarisme (ex-URSS, ex-Yougoslavie, ou, bien sûr, Israël).

Nous devons ici penser au rôle majeur de l'école : l'école transmet des références communes, des traditions, et des oeuvres, moins pour leur mérite intrinsèque (qu'est-ce qu'un auteur "classique"?) que pour constituer un fondement commun, une fondation, qui nous met sans cesse en contact avec l'autre. Ce qu'on appelle la "culture de masse" repose sur l'individu, non sur l'autre, et s'accommode du totalitarisme ou du populisme le plus outrancier, celui qui rejette l'autre parce qu'il est autre, alors que la culture démocratique est une construction toujours difficile, parce qu'elle repose sur la reconnaissance de la place de l'autre.

C'est pour cela que la culture possède une dimension politique constitutive : la culture, c'est ce que nous avons en commun, et cela sert donc d'abord à représenter l'État dans lequel nous nous reconnaissons. Cette appartenance est tout à fait distincte de la "filiation" dans la famille, la *gens* ou la tribu. Une société a besoin de culture pour signifier l'État.

Chaque nation s'assure d'abord de son identité distinctive en dressant une frontière, puis assure l'unité (nous appelons cela en France la "continuité territoriale") en développant des voies de communication : la poste, à la fin du XV<sup>e</sup> siècle, fut en France le premier service public, et le pouvoir royal ne cesse de s'affirmer en maîtrisant les voies de communication qu'il s'emploie à restaurer et développer. Plus tard, sous la révolution, c'est le télégraphe, comme l'a très bien montré Flichy, qui assure l'unité de la nation par cette communication d'État.

Aujourd'hui, dans les communautés européennes, ce qui est commun, ce n'est plus la nation (malgré un parlement européen), mais le marché. L'ALENA ne fait pas autre chose. Il faut donc réfléchir à ce renversement de perspective qui, en France me semble lié à la pensée Saint simonienne, qui depuis près de deux siècles, fournit de grands commis de l'État, ces X-télécoms qui sont les pères chez nous du chemin de fer, du Minitel, des réseaux câblés, et de

l'actuel réseau informatique. Au départ, la réflexion saint simonienne refuse l'organisation politique où elle ne voit que l'exploitation d'une partie de la population (le peuple) par les hommes au pouvoir et les propriétaires. De là vient l'idée d'une humanité réconciliée, parce que tout circulerait, tout communiquerait. Or les nouveaux réseaux rêvés par les saint-simoniens, au premier tiers du XIX<sup>e</sup> siècle, sont tout à fait différents, par leur finalité, des réseaux conçus antérieurement. Cette vision d'une humanité réconciliée ("harmonie universelle") repose sur des voies de communication qui ne relient pas des états, mais des marchés. Le rêve de l'unification des marchés par delà les États, nous le connaissons bien, c'est le credo du libéralisme. Il y a là un véritable renversement de perspective par rapport à l'époque précédente, celle des Colbert ou Turgot : ceux là visaient le renforcement de l'État et le mieux être de la nation. L'ingénieur du XVIII<sup>e</sup> siècle est homme de génie parce qu'il jette des ponts par dessus les précipices qui séparent les hommes, et, ce faisant, il les sort de leur isolement, source de tous les préjugés. C'est donc d'abord un progrès de la raison. Leurs successeurs saint simoniens voient l'humanité comme un immense marché commun d'où les identités politiques ont disparu.

Nous devons donc être très attentifs à nos réseaux techniques, car la philosophie des réseaux, c'est l'atténuation des identités symboliques, c'est à dire en fait l'atténuation du fait culturel lui-même, ou le risque du renforcement d'un modèle culturel unique. Le brandissement des termes de "métissage culturel", ou de "transculturel" n'est pas faux, mais peut aussi oeuvrer à sa propre dénégation, dès que cela fait recette. Cette question du "métissage culturel", du "dialogue des cultures" de l'"interculturel", etc. est actuellement nécessaire et urgente du fait de l'accélération des échanges, mais impose trois remarques : d'abord, elle n'est pas nouvelle, elle est même au coeur de la "modernité" (cf. Montesquieu : "comment peut-on être persan?", ou, bien sûr, Chateaubriand), alors qu'auparavant, elle ne se posait pas. Ensuite, malgré l'ancienneté des premiers travaux pionniers, notre connaissance du phénomène est encore très faible, et impose de fortes et nombreuses études de terrain où la communication croise l'anthropologie et la sociologie (je pense par exemple aux études que nous conduisons sur les pratiques télévisuelles dans les familles immigrées). Enfin cela est trop souvent brandi comme outil de promotion d'un produit culturel (je pense à la musique qui y a pourtant trouvé depuis longtemps le moyen de son renouvellement) pour n'être pas un peu suspect (cf. le nom de la firme Vivendi "universal" et les propos de son patron.

Résumons nous un instant : pour mieux communiquer, pour mieux se comprendre, les hommes ont inventé des techniques, de l'imprimerie à l'Internet, même si les intérêts économiques, idéologiques, etc. ont altéré cet idéal qui demeure comme une utopie constitutive, la circulation des identités symboliques. Mais le développement accéléré de ces techniques doit peu-être beaucoup au modèle occidental de la modernisation. Descartes, de fait, rompait avec les valeurs transcendantales, et ouvrait à une modernité faite de raison et de liberté. C'est sur ce socle que la communication trouve son essor en Occident : parce que l'homme y est seul, mais libre, face au ciel et au monde, et qu'il lui faut organiser les cités, les marchés et le politique. Le pari constitutif des démocraties occidentales est de faire des conflits, exprimés, notamment par les débats parlementaires, le coeur et le moyen de l'unité nationale. Pouvons-nous imaginer un phénomène similaire à l'échelle de la planète ? Je n'en suis pas tout à fait convaincu. Certes, il y a des embryons de ce qui le rendrait possible, le Tribunal pénal international l'indique, plus sûrement que le FMI qui, avec ses plans structurels de développement, écrase certains pays, et impose un modèle unique de développement, très discutable.

Cela dit, notre conception de la modernité repose bien sur cette trilogie : l'identité, fondée sur l'inaltérabilité du sujet libre et raisonnable, la culture, faite de l'unification de ces identités dans un ensemble tout à la fois social et politique, et la communication qui en fournit les moyens.

Je peux donc désormais aborder dans cette perspective les orientations générales de la recherche en France et son évolution.

Les premières institutions (formation et recherche) clairement identifiables dans notre discipline sont de nature juridique (F.Terrou et l'Institut français de presse), sans doute parce que, si la *Déclaration des droits de l'homme et du citoyen* proclamait nettement la liberté d'expression, les régimes politiques qui se sont succédé en deux siècles n'ont eu de cesse de s'en mêler. C'est donc en France la préoccupation juridique-politique qui fut première, largement centrée sur la presse, et son histoire politique, et c'est dans ce domaine aussi que paraissent les premières réflexions sur la propagande (Jaques Ellul, dans les années 30). Un peu après la fin du second conflit mondial, un autre type d'institution voit le jour, issu de la psychologie sociale, autour de Jean Stoetzel notamment, le fondateur de l'IFOP, qui prend l'opinion comme objet d'étude. Dans les années 60, c'est la 6<sup>o</sup> section de l'École pratique des hautes études, qui donne le ton, avec la création du centre d'études de la communication de masse autour des figures de Friedman, E.Morin, ou R.Barthes. Mais, quelle qu'en soit alors la vigueur intellectuelle, ce champ de réflexions reste étroitement limité à quelques rares institutions.

Ce n'est donc qu'autour de 1968 que la discipline s'est développée, et d'abord dans des formations professionnelles.

Il ne s'agissait pas seulement de former d'une part des professionnels des bibliothèques (cela existait) et de l'autre des journalistes (cela existait aussi) mais de donner à tous ceux qui avaient en charge ces formations ainsi que celles qui tendaient à se multiplier (d'abord instituts universitaires de technologies, puis maîtrise de sciences et techniques) une unité et une autonomie par rapport aux disciplines d'origine où ces préoccupations restaient marginales. C'était bien l'identité de la société, saisissable dans le développement d'une "culture" de masse, qui rendait urgent l'examen de la communication. Et le développement des NTIC, à son tour, rendait urgente la compréhension de la culture nouvelle qui en est issue. D'où l'attention, très forte depuis 20 ans, aux usages des nouveaux médias, qui, dès 1984, constituait le thème prioritaire du congrès de la SFSIC.

Notre discipline, en France, est née dans des formations techniques (départements d'IUT, d'abord, puis Maîtrises de sciences et techniques), mais, à côté de ces formations spécialisées, elle s'est étendue dans de multiples autres directions. Il reste que ce sont ces formations techniques qui se développent le plus : la directrice des enseignements supérieurs disait récemment aux présidents du CNU qu'elle continuerait à ouvrir de nouveaux départements d'IUT, à l'instar des départements nommés "services et réseaux de communication" qui se sont beaucoup développés depuis peu.

Si, aujourd'hui, la maîtrise de l'information ("société du savoir") et de la communication semble constituer le principe d'explication des réussites ou échecs en tous genres (politiques ou économiques), il convient de s'y arrêter.

C'est dans la décennie 80 que la communication a réellement explosé, sous l'effet (mais aussi comme instrument) de la restructuration des économies occidentales et de la réorganisation sociale et culturelle qui l'accompagne. On le voit au succès de deux idées dont la réussite ne prouve pas forcément la vérité :

la première, d'origine économique, surgie après les deux chocs pétroliers, est que la sortie de la crise économique passe par le recours aux nouvelles technologies, et se traduit par le fabuleux accroissement de leur usage, jusque dans le gonflement boursier inouï de la "bulle Internet" dont les Bourses occidentales ont du mal à se remettre.

la seconde, d'origine sociologique ou socio-politique, est que la perte de l'identité de classe (la fin des "grands récits", ou la "fin de l'histoire") a conduit à une dissolution du lien social, repérable par exemple dans la montée supposée de l'individualisme ou les formes contemporaines de crises de la société (crises des "villes"). La communication serait alors le moyen de restaurer le lien social.

Si cela reste à prouver, il n'en demeure pas moins que l'irruption des NTIC a entraîné des transformations profondes que nos recherches tentent d'élucider, à un triple niveau :

celui des stratégies d'acteurs

celui des usages,

celui des produits culturels, de leurs dispositifs et de leur signification. (Mais sans doute, B.Miège développera-t-il cela demain)

Le développement des NTIC, qui n'ont fait disparaître ni le livre, ni le journal, a cependant imposé deux modes de questionnements nouveaux, et une perspective nouvelle. Les questionnements nouveaux, apparus depuis 20 ans, portent sur la signification sociale des usages et le rôle économique des objets et des pratiques. Le changement de perspective vient de ce que notre science récente ne doit pas répondre à des interrogations qui portent sur l'être des choses, mais sur leur pertinence : nous ne nous demandons pas si un réseau est "vrai", car notre science n'est pas ontologique (elle n'interdit cependant pas de se poser la question de savoir s'il est "bon" ou "équitable"), mais s'il est "efficace", "productif", etc. Je disais, dans ma première partie, que la culture est fondamentalement "politique", c'est bien sur quoi j'insiste ici.

Nos interrogations se sont donc considérablement réorientées depuis deux décennies, sur au moins trois axes :

le premier porte sur le rapport à la technique et aux objets : il faut en examiner l'apprentissage, l'appropriation, et l'usage, dans une perspective radicalement non-déterministe. L'intitulé d'un fort courant de recherche, la "sociologie de l'innovation" à l'École des Mines (Callon et Latour), ou le titre d'un grand ouvrage d'un grand pionnier, P.Schaeffer ("Machines à communiquer"), indiquent comment nous sommes passés de l'exception de chercheurs presque marginaux à la vulgate de nos laboratoires.

le second porte sur la place de ces objets et de ces techniques dans la vie des gens, au travail, dans la vie privée, dans les rapports entre travail et loisirs, dans les codes de socialité, l'évolution de l'espace urbain, etc.

le troisième porte sur les choix en matière de politique publique et de relations internationales. Si l'UIT a franchi le cap de deux guerres mondiales, la montée et les désordres des totalitarismes, on voit bien, dans le combat entre les organismes de "régulation" actuels et les tentations d'hégémonie de la part de quelques acteurs économiques majeurs, que l'enjeu n'est plus celui de la maîtrise idéologique dans un territoire (ce qui serait une question de combat culturel), mais celui de la domination des marchés. Ce que je disais plus tôt de l'atténuation des identités dans la prolifération des réseaux trouve ici une illustration frappante.

En l'espace de dix ans, nous sommes passés de l'"information scientifique et technique" à "l'intelligence économique". Ce n'est pas qu'un changement de vocable, ou une mode, c'est l'indicateur fort du changement et l'indication de son sens.

Cela dit, il est possible de définir les principaux courants de la recherche à partir des trois dimensions principales qu'elles visent de façon privilégiée, même s'il n'y a pas d'étanchéité radicale entre elles.

1. la dimension technique, d'abord, la plus prégnante aujourd'hui, comme forme idéale d'une culture de la modernité. Nous la voyons ici fortement présente dans les thèmes des propositions de ce colloque. Cette dimension rompt la division initiale entre information et communication. Elle porte sur les dispositifs techniques et leurs transformations où le concept de réseau est omni-présent. Cette question est majeure, parce que l'innovation technique procède le plus souvent de la modalité de la prescription, ou de l'injonction (nous le voyons chaque jour à l'université avec les créations d'emplois destinés aux "TICE" (technologies "éducatives"), visée opératoire plus que critique et analytique. Nos recherches, pourtant, ne se limitent pas au commentaire des dispositifs techniques et tentent d'élaborer les médiations de l'information et de la communication indépendamment de leur technicisation (cf. dernier congrès de la SFSIC à Paris)

2. la dimension symbolique, ensuite, c'est à dire l'étude des représentations construites dans et par les médias . L'immanence du texte, revendiquée par le mouvement structuraliste pour combattre l'intentionnalité comme principe explicatif a été fortement remise en cause, et la situation de communication est devenue omniprésente, avec l'étude de ce qu'on nomme aujourd'hui les interactions et le cadre des représentations. On y trouve en concurrence féconde des recherches issues de courants divers : sémio-linguistiques ou sémio-pragmatiques, ici même Guy Lochard et S.Bonafous, et bien sûr R.Odin retenu à Paris ; mais aussi la tradition des "jeux de langage" (Wittgenstein), ou des "conventions" (Becker). Ce courant de recherches a très largement abandonné le militantisme politique de ses débuts (où le sémiologie se voulait sémioclastie) au profit de l'ambition de constituer l'articulation de savoirs autour de pratiques sociales (sociologie, anthropologie, sémiotique). Loin d'être une quasi "mécanique" du sens, elle s'emploie à montrer les modes d'argumentation (Ph.Breton) , le jeu sur les codes ( Esquenazi et son analyse de Hitchcock ), la mise en scène des genres (gender studies), etc. Il s'agit toujours de poursuivre des investigations sur les formes ordinaires de l'activité symbolique, et d'approfondir l'observation des types de signes et des types de productions signifiantes, dans une perspective communicationnelle, c'est à dire ouverte à la matérialité des supports et au dynamisme des situations.

3. la dimension socio-politique et socio-économique, enfin, largement issue des modèles marxistes (hégémonie gramscienne ou appareils idéologiques althussériens) qui sont fortement ré-interrogés . L'analyse des médias comme système de production industrielle de la culture, l'étude des rapports sociaux qui sous-tendent l'appropriation des TIC,



l'internationalisation des biens culturels sont très présents. Il s'agit bien ici de construire une économie politique de la communication, c'est à dire d'examiner les stratégies d'acteurs à la jonction d'un espace économique, qui vise à développer de nouvelles activités et de nouveaux marchés, et d'un espace politique qui permet d'appréhender les effets et les enjeux de ces pratiques en matière de logiques sociale et culturelle.

Enfin je voudrais insister sur la montée actuelle, en France, d'études historiques qui permettent de situer les évolutions actuelles des médias dans l'histoire des formes d'exercice de la vie politique (logistique et rhétorique), mais aussi celles qui visent la genèse et les fondements des mouvements de pensée qui ont institué l'information et la communication en catégories politiques.

En somme, le panorama de nos recherches fait apparaître le spectre des questions que posait ma première partie.

J'aimerais conclure , un peu longuement, en faisant cinq observations :

1. les politiques publiques abordent la communication à partir des techniques (vision positive et déterministe) alors que nos recherches nous conduisent à voir dans les choix techniques l'expression des choix politiques. Première forme de porte à faux.
2. les objets de la communication sociale, les médias, sont, au regard des sciences "dures", toujours un peu méprisables (ils sont liés à l'accidentel, au particulier), alors que la "vraie" science est liée à l'universel. D'où la tentation permanente de lier l'information aux sciences cognitives et à ses lois prétendument objectives, d'une part, et , de l'autre, aux déterminations sociales de la communication, qui ont toujours tendu à dénier la culture.
3. L'omniprésence d'acteurs de la communication (acteurs de télécommunications , publicitaires, journalistes) pousse sans cesse la recherche vers les produits et les dispositifs au détriment des enjeux sociaux qui nous semblent fondamentaux.
4. le lien aux "métiers" qui expliquent la naissance de la discipline et le développement de ses formations professionnelles est en contradiction avec la dimension critique qui sous-tend notre démarche scientifique. Autre porte à faux.
5. la tension entre la professionnalisation et la recherche est exacerbée, ce qui conduit à un paradoxe :

il nous faut résister à la tentation d'être instrumentalisés , c'est à dire d'être des agents de la reproduction sociale des "manipulateurs", quoique nous ayons des formations professionnelles "reproductrices",

il nous faut en même temps préserver notre discipline d'être au service de ces acteurs dont nous analysons les logiques et les stratégies.

Entre les espaces politiques, économique, scientifique, notre légitimité scientifique est donc sans cesse à construire et à reconstruire.

C'est cet inconfort des situations paradoxales qui doit nous rendre inventifs.

Je vous remercie de votre attention.