

L'artificialité scientifique de la communication des organisations.

Ahmed SILEM, professeur des universités
Universités Jean-Moulin Lyon3.

Dans une conférence donnée le 7 février 1991¹, Jean-Louis Le Moigne se posait la question dans le titre de sa conférence : « La science informatique va-t-elle construire sa propre épistémologie ? » en reprenant l'essentiel des propos qu'il a développés dans un article publié dans le n°21 de la revue "*Culture technique*". Depuis plusieurs années, de nombreux travaux en sciences de l'information et de la communication et en sciences de gestion cherchent un positionnement spécifiques pour ces nouvelles sciences plurielles. La pertinence d'un tel positionnement peut être questionnée lorsqu'il est possible de se donner explicitement un objet commun comme la communication des organisations.

L'objet de cet article est alors d'analyser les productions scientifiques dans le champ de la communication des organisations, en tentant de révéler les conceptions que les chercheurs se font de la science, les méthodes qu'ils utilisent et la nature des résultats qu'ils obtiennent. Pour ce faire nous proposons de commencer par le rappel des conceptions plus générales développées dans les encyclopédies ou dans les publications à vocation épistémologique dans les champs disciplinaires convoqués sur ce thème de la communication des organisations, que sont les sciences de gestion (SDG) ou le management², et les sciences de l'information et de la communication (SIC).

Sachant qu'un champ scientifique se définit par son objet ou domaine qui est nécessairement construit, les problématiques constituant les questions de recherche articulées et enfin les méthodes de recherche mise en œuvre, le plan que nous suivrons est alors tout indiqué.

1 . . L'objet et le territoire des SDG et des SIC

La définition du territoire et de l'objet des sciences plurielles que sont les sciences de gestion et les sciences de l'information et de la communication

est institutionnelle et relève du mode de gestion des carrières universitaires en France. Cela ne signifie pas pour autant que les problématiques soient de même nature, que les méthodes soient totalement indépendante du questionnement gestionnaire ou du questionnement communicationnel ou « informationnel » que les spécialistes du document pourraient noter « informatiste ». Essayons de le montrer. Dans cette tâche, il ne s'agira pas de reprendre le travail que Françoise Bernard a entrepris au sein des sciences de l'information et de la communication³, mais d'apporter un complément par l'examen des épistémologies en gestion et par l'analyse de nouveaux documents que ceux qu'elles a cités. L'examen proposé portera plus spécifiquement sur la communication des organisations selon la division fonctionnelle en vigueur, mais non unique⁴, en SDG et reprise souvent dans les travaux en SIC, distinguant la communication interne et la communication externe des organisations. L'une et l'autre sont, selon Philippe Schwebig auteur d'un des premiers ouvrages de synthèse réussie conciliant une réflexion épistémologique avec les propositions normatives du consultant, « le moyen privilégié pour établir et conserver un état relationnel entre (les organisations) et leurs publics. Elle (La communication des organisations) est l'interface rendue nécessaire par la complexification des systèmes en présence »⁵.

En prenant soin d'éviter de discuter ici l'option méthodologique des expressions communication des organisations et communication d'entreprise, dans la mesure où on admet sans autre développement que ce sont les individus socialement situés qui communiquent ou qui s'informent, on posera que la communication des organisations est une activité sociale totale et qui, comme tout fait social, peut donner lieu à des analyses disciplinaires artificiellement construites et forcément partielles, dont l'intérêt réside dans l'approfondissement d'une perspective. Il est facile de montrer que ce n'est pas l'objet qui fait science (l'objet de toutes les sciences de l'homme c'est l'homme socialement situé), mais le projet ou la perspective choisie par le chercheur. Ainsi, à titre d'illustrations plus diversifiées et moins approfondies que le brillant exercice que propose Alex Mucchielli à partir de la communication décrite par P. Daco⁶, on fera observer que le juriste peut étudier les arrêts relatifs à l'entrave du droit d'expression dans l'entreprise, l'économiste est susceptible de s'intéresser aux performances comparées des firmes en fonction du budget temps des réunions destinées à informer l'encadrement, le sociologue peut chercher à identifier les groupes sociaux internes à l'organisation en analysant les échanges d'information avec éventuellement l'analyse stratégique du

phénomène de la rétention d'information pour la maîtrise d'une zone d'incertitude, l'historien portera par exemple son regard sur l'histoire de la presse d'entreprise, le sémiologue analysera, entre autre, les dénnotations et les connotations potentielles dans le message du directeur général destiné aux actionnaires ou identifier, et s'il est greimassien, les éléments du carré sémiotique dans le message publicitaire, l'anthropologue pourrait porter son intérêt sur les rites d'accueil des nouveaux embauchés ou le phénomène d'échange d'informations devant la machine à café alors que les mêmes individus partagent le même bureau, etc.

Toutefois cette façon de concevoir la production de connaissances est remise en cause de manière plus accusée avec la naissance institutionnelle, à la faveur du besoin de développement des filières universitaires professionnelles ou technologiques, des sciences de gestion (SDG) et des sciences de l'information et de la communication (SIC) au cours des années 1970⁷. Sans chercher à faire œuvre de nouveauté académique et l'exemple de la géographie que relève Bernard Miège⁸ l'atteste, ces nouvelles sciences plurielles⁹ sont présentées comme des carrefours ou des champs pluridisciplinaires, multidisciplinaires ou, plus souvent encore pour les SIC, interdisciplinaires, et plus rarement transdisciplinaires¹⁰. Leur objet est l'étude des phénomènes complexes que sont l'organisation sociale ou entité sociale - entreprise, administration, institution¹¹ - dans ses différentes fonctions économiques ou dans son fonctionnement général, pour l'une, et l'information et la communication pour l'autre.

Synthétisant la riche pensée de François Perroux (*pouvoir et économie*, Bordas), Alain Charles Martinet précise, du point de vue des SDG, que l'organisation est un acteur qui est "simultanément agent de production, organisme social et système politique (...) Il est inexorablement hétérogène, d'abord parce qu'il englobe d'autres acteurs aux intérêts différents, ensuite parce que les rationalités économique, sociale et politique ne peuvent s'agréger..."¹². Le point de vue du chercheur est alors d'analyser l'organisation sous ces différents aspects articulés dans la réalisation des buts que la hiérarchie s'est fixés. Pierre Louart laisse la possibilité au chercheur de s'en tenir à l'analyse sans rejeter la prescription normative en écrivant que "dans son projet scientifique la gestion propose des éléments de connaissance qui permettent de comprendre ou d'améliorer les performances organisationnelles¹³". Pierre Morin affirme également que les discours et les écrits en management sont soit normatifs soit descriptifs, mais il rejoint A.-C. Martinet lorsqu'il indique qu'il ne faut cependant pas attendre la mise au point du bon modèle de gestion en raison de la diversité des rationalités et des objectifs individuels¹⁴. Alain-Charles Martinet est

néanmoins plus catégorique sur la nature de la connaissance en SDG, tout en admettant, cependant, le possible intérêt des recherches explicatives ou descriptives. Il écrit que “la connaissance en gestion est finalisée. Elle a donc vocation à être propositionnelle même si la recherche positive peut constituer, dans certains cas, une activité nécessaire. De toute façon elle est toujours normative de par le matériau qu’elle traite, les concepts qu’elle forge, les visions dans lesquelles elle s’inscrit. Il n’y a pas lieu de la déplorer mais l’exigence d’explicitation forme un critère scientifique irréductible¹⁵”.

Comme pour suivre l’observation de Jean Piaget qui écrivait en 1972 “une science ne débute qu’avec une délimitation suffisante des problèmes susceptibles de circonscrire un terrain de recherche sur lequel l’accord des esprits est possible” (*Epistémologie des sciences de l’homme*, Gallimard, p. 41), Bernard Miège et Roger Odin, en 1993, ont explicitement défini les domaines de compétences des SIC dans un texte établi pour la 71ème section du CNU (conseil national des universités). Il s’agit de l’étude des processus d’information et de communication relevant d’actions organisées, finalisées, prenant ou non appui sur des techniques, et participant des médiations sociales ou culturelles¹⁶. La version, amendée à la marge en 1999 identifie en extension six domaines d’étude, sans évoquer explicitement la communication des organisations mais pour laquelle il est possible de justifier l’insertion dans les SIC par chacun des six domaines. Ces domaines sont :

- les études sur les notions d’information et de communication, sur leurs relations, sur la nature des phénomènes et des pratiques ainsi désignés, de même que les différentes approches scientifiques qui s’y appliquent.
- l’étude, d’une part, du fonctionnement des processus, des productions et des usages et, d’autre part, de la réception de l’information et de la communication.
- l’étude des acteurs, individuels ou institutionnels, de l’information et de la communication.
- l’étude de l’information, de son contenu, de ses propriétés, de ses effets et des représentations qu’elle véhicule.
- l’étude des systèmes d’information et celle des systèmes d’accès à l’information, documentaires ou non, informatisés ou non.
- l’étude des médias de communication sous leurs divers aspects.

Notons que cette définition en extension est nettement plus ouverte que celle donnée par Abraham Moles dans la préface à *l’ère d’EMEREC* de Jean Cloutier, lorsqu’il écrit : “la nouvelle discipline de la “communication” tend à redécouper le champ des connaissances en sciences humaines à partir de

trois aspects dominants de celles-ci : **agir, communiquer, connaître**, et à regrouper dans son domaine une série de phénomènes et de techniques qui, jusqu'à présent, avaient été pris en charge, faute de mieux, par la psychologie, l'anthropologie et la sociologie¹⁷. Les domaines du CNU ne se réfèrent pas à des disciplines existantes de manière aussi limitative que la définition de Abraham Moles, même lorsque Jean Cloutier ajoute la sémiologie, la linguistique, l'histoire, la biologie aux trois disciplines de l'éminent préfacier dans sa définition fonctionnelle du phénomène de la communication auquel tout logiquement, il n'attribue pas le statut de discipline¹⁸. On fera observer que la dimension économique est négligée, alors qu'elle est explicitement citée dans la prophétisation ou souhait de la naissance de la science de la communication par association des disciplines des sciences sociales par Claude Lévi-Strauss¹⁹.

Pour les sciences de gestion, comme l'indique Pierre Louart, le domaine de définition est ouvert, combinant les sens contenus dans les termes voisins de direction, d'administration, de gouvernement et de management. Il fait remarquer que les SDG correspondent aux sciences de l'administration au Québec et aux "managerial sciences" aux Etats Unis²⁰. Il écrit plus particulièrement : "L'absence d'un champ fédérateur (conceptuel, méthodologique) rend la gestion sans véritable frontière ni sur des objets-clefs (aspects territoriaux) ni sur des questions-clefs (problématiques) ni sur des modèles articulant objets-questions dans des cadres d'analyse pertinents : d'un côté elle emprunte beaucoup sans stabiliser ses emprunts ; de l'autre, on lui reprend des idées ou des découvertes faciles à retraduire dans des champs plus structurés...". De ce fait il peut être assez vain de tenter de justifier l'appartenance au champ des SDG de travaux qui peuvent relever aussi bien de l'informatique que des SIC (par exemple la conception d'une base de données) ou de l'économie financière et bancaire (par exemple la modélisation de l'évolution des cours de l'indice synthétique d'une place financière). Néanmoins cela ne signifie pas unification des problématiques entre les disciplines souches des ces sciences plurielles, tout comme d'ailleurs le large pont qu'il conviendrait d'établir entre l'économie et la gestion, selon le souhait de Herbert A. Simon²¹, n'implique ni fusion de leur démarche ni confusion de leur but, selon la remarque de Philippe Lorino²².

Dans les faits, au-delà de sa non pertinence, le risque de la fusion est fort peu probable. En effet plus que la délicate définition d'un domaine, c'est surtout le projet d'interdiscipline ou de carrefour disciplinaire qui se trouve sans mise en pratique. Armand Mattelart fait remarquer que "la notion d'information et de communication et de société de l'information est de plus en plus une notion "passe-partout", un passe-frontière disciplinaire, mais en

même temps elle n'accomplit cette mission de carrefour que dans la mesure où chacun reformule la notion à partir de son fief particulier"²³. Dans un texte plus radical et surtout plus polémique que ses publications didactiques, Alex Mucchielli ne déplore pas cet état de fait, mais le considère comme inévitable et conforme au mode normal de mise en œuvre d'une recherche d'intention scientifique. Pour lui l'interdiscipline est un mythe. La conduite d'attachement à l'interdisciplinarité est présentée comme "une recherche de valorisation par rapport aux disciplines établies", "une défense contre la critique scientifique et une protection d'espaces de liberté individuels"²⁴. Toute en fustigeant le mythe du carrefour, Alex Mucchielli propose, dans plusieurs de ses publications²⁵, la construction d'un objet scientifique propre, qui n'a rien à voir avec la conception réaliste de sens commun, mais destiné à l'analyse des phénomènes concrets de la communication. Il invite les chercheurs en SIC à adopter de manière intégrative les approches, chacune pluridisciplinaire, "du systémisme, du constructivisme, de l'action située et de la cognition distribuée" dans le cadre d'une "approche compréhensive en sciences info-com" qui deviendrait "la théorie de la pragmatique étendue". Nous ne discuterons pas ici cette proposition, qui est un programme de recherche lourd, car la construction de l'objet, la théorisation et la méthode sont toutes convoquées en même temps, selon une conception systémique assez courante qui, il faut l'admettre, n'en facilite pas la diffusion dans la communauté scientifique.

On ne rencontre pas une contestation aussi radicale du projet pluridisciplinaire en SDG, mais il est facile de montrer que les sciences de gestion sont une juxtaposition de spécialités que l'on peut à la rigueur reclasser dans les deux paradigmes du management et de l'administration comme l'a fait J.-L. Le Moigne. Ce dernier, contrairement à la position culturaliste de P. Louart, distingue nettement les "sciences du management" et les "sciences de l'administration" qui sont les deux sources des sciences de gestion. Les fondateurs de l'une sont principalement F. Taylor, H. Fayol, P. Drucker, I. Ansoff, O. Gélénier; les fondateurs de la seconde ont marqué la sociologie (H. Spencer, V. Pareto, E. Durkheim, M. Weber) ou le service public (F. Bloch-Lainé). Pour la première, centrée sur l'acteur, la problématique dominante est l'identification des situations de décision par fonction en vue de déterminer les algorithmes et les critères de décisions dans les domaines de gestion de la production, de gestion commerciale, de gestion des stocks, de gestion des ressources humaines, etc.; pour les sciences de l'administration, le système importe plus que l'acteur, la problématique dominante consiste alors à identifier les procédures administratives par niveau. R. -A. Thiétart partage cette conception en

définissant le management comme “la manière de conduire, diriger, structurer et développer une organisation. (...) Le management concerne moins les procédures qu’il faut appliquer, qu’elles soient comptables, juridiques ou sociales que l’animation de groupes d’hommes et de femmes qui doivent travailler ensemble dans le but d’une action collective finalisée²⁶”. Ainsi, les spécialistes distinguent bien phénoménologiquement le management de l’administration, mais comme le signale Alain-C. Martinet, commentant le tableau comparatif des sources des SDG de J.-L. Le Moigne, le rapprochement de ces deux paradigmes pour constituer les sciences de gestion ne signifie pas pour autant fusion²⁷.

C’est apparemment le même diagnostic qui ressort du rapprochement entre l’information et la communication dans les SIC, et qui semble même remonter à la surface de la tentative de *théorie générale* de Robert Escarpit²⁸, l’un des principaux fondateurs de l’interdiscipline des SIC²⁹. En cherchant à construire “la théorie diachronique de l’information et de la communication”, il a fait l’exposé des principales disciplines et notions fondamentales du domaine, sans établir de lien entre les problèmes documentaires du court chapitre 9, titre qui se réfère à des phénomènes de nature empirique, et les autres thèmes inscrits chacun dans une perspective disciplinaire particulière (le modèle mécaniste et ses limites, la relève de la cybernétique, l’information et le document, le temps des sociologues pour étudier les communication de masse, etc.).

On conclura de ces observations que finalement tout chercheur peut être un “maître Jacques” dans les sciences plurielles lorsque les tâches (ici les approches) sont exécutées (ici sont adoptées) successivement, mais personne ne peut être simultanément cocher et cuisinier. Certes avec la théorie des conventions, les théories économiques de l’entreprise se rapprochent des théories sociologiques des organisations³⁰ et la sociologie de l’entreprise à son tour se rapproche de l’économie en considérant l’entreprise comme étant “tout à la fois (...).un lieu de production, (...). une organisation (la sociologie des organisations se limitait à cette approche) et(...).une institution”³¹, mais cela est dans l’ordre logique des choses, dans la dynamique d’échanges et d’emprunts conceptuels entre disciplines autonomisées. Ce que l’on peut dire alors, au terme de ce bref tour d’horizon des conceptions les plus courantes dans la littérature scientifique francophone des SDG et des SIC, c’est que les promoteurs de ces nouvelles disciplines plurielles ont cherché à aller plus loin que la simple fertilisation croisée des disciplines fondamentales dans leur application à la gestion et à la communication. C’est, certes, une affaire entendue dans l’enseignement, mais les organismes publics de la recherche scientifique en France invitent

encore les chercheurs en SDG ou en SIC à s'inscrire dans les commissions des disciplines traditionnelles pour l'évaluation de leurs travaux et la gestion de leur carrière ou de leur équipe de recherche, ce qui implicitement signifie que l'interdiscipline est naturelle pour la formation à un métier mais semble improbable pour l'instant dans la recherche fondamentale. "Plus fondamentalement, comme l'écrit Françoise Bernard, si légitimité professionnelle et légitimité universitaire se conjuguent, la légitimité scientifique n'est pas pour autant acquise"³². Signalons que ce phénomène s'applique également aux systèmes de catalogage documentaire professionnel en retard sur l'enseignement ou calés sur les conceptions de la recherche fondamentale, puisque le livre d'où est extrait cette remarque est classé en "sciences de l'information 1970-2000" dans le système Rameau et en "302.3 : Psychologie sociale. Sociologie de la communication (en général)" dans le système Dewey³³.

2. Les méthodes

La dimension phénoménologique de l'organisation avec ses hommes et ses femmes au travail qui communiquent, absente dans chacune des sciences sociales parcellaires, puisqu'il n'y a pas de faits anthropologiques, sociologiques, juridiques ou économiques en soi mais seulement des faits sociaux, enracine les SDG et les SIC dans le réel complexe. Cela ne peut pas rester sans susciter une remise en cause des critères de vérité et de validation des recherches scientifiques en vigueur dans les disciplines inévitablement simplificatrices qui ont joué le jeu de l'académisme dominé par les critères de la physique et des sciences expérimentales. La distinction simonienne "analyser des objets en se référant à des théories déjà faites ou concevoir de nouveaux projets" remplace (ou se fait une place de plus en plus importante), dans les discussions méthodologiques, le classique positionnement positiviste "approche déductive"/ "approche inductive". Nombreux sont en effet ceux qui considèrent que les SDG et les SIC, en tant que sciences sociales, ne peuvent pas relever des mêmes critères de scientificité que ceux des sciences de la nature et de la vie, car la distinction acceptable entre l'objet observé et l'observateur-sujet dans ces dernières n'est plus possible dans celles-là. C'est le fameux paradoxe de « l'œil qui se regarde » dont parle René Girard. La subjectivité du chercheur n'est cependant pas le seul facteur de relativisation, il y a aussi la nature du phénomène sur lequel porte l'analyse : l'entreprise en interconnexion avec son environnement sociétal, juridique, économique, technique, financier, n'existe que par les hommes et les femmes qui la constituent et dont les interactions dynamiques et finalisées sont dans une large mesure

idiosyncrasiques, si l'on admet que les hommes et les femmes au travail ne sont pas des robots déshumanisés. On ne peut plus rendre compte d'une réalité physique qui existerait en soi avec des modèles structurels exprimant une causalité linéaire, on est plutôt confronté à la plus grande complexité des phénomènes sociaux pour lesquels devrait s'imposer l'intuition qui permet d'en construire une modélisation ou une interprétation moins stérile que la démarche hypothético-déductivo-nomologique positiviste.

C'est à ce fort mouvement de contestation du positivisme, qui serait inadapté pour accéder à l'intelligence de la complexité³⁴, que sont associés dans la littérature francophone les noms de Jean Piaget, Edgar Morin et Jean-Louis Le Moigne, références communes et constantes dans les travaux à portée épistémologique des chercheurs aussi bien en SDG et qu'en SIC. Il est même de bon ton de se rallier à ce mouvement, mais dans les faits, comme pour l'interdiscipline affichée et la monodiscipline plus souvent appliquée, on observe au sein des SDG et des SIC un large éventail des positionnements épistémologiques et méthodologiques. On trouve des exposés qui relèvent du positivisme pur comme dans la *théorie du management* de T.T. Paterson³⁵. Cette tendance est encore dominante en finance de marché et en sciences actuarielles³⁶ ; elle est manifeste en théorie des ressources comme dans les travaux récents sur les facteurs déterminants les performances différentes des firmes³⁷. En revanche elle est peu courante en management stratégique, et l'intransigeance pour l'évaluation positive des articles dans le *Strategic Management Journal* est, semble-t-il, de pure rhétorique³⁸. En mercatique le positivisme est une tradition héritée de la théorie micro-économique du consommateur ; pour la communication de relations publiques, on a vu que c'est la théorie sociologique de la communication en deux étapes de P. Lazarsfeld qui est utilisée³⁹ ; toutefois, le positivisme en marketing est de plus en plus concurrencé par le constructivisme⁴⁰.

Les formes radicales s'estompent un peu partout au profit d'un positivisme plus ou moins aménagé, en passant par l'interprétativisme et la démarche compréhensive des sociologues des organisations, permettant toutes les formes de raisonnement logiques, avec des projets allant du descriptif à l'explicatif et au prédictif, sur la base d'hypothèses soit réalistes soit instrumentales, aboutissant à un large pluralisme des méthodes⁴¹, tout comme il y a un large pluralisme des disciplines aussi bien en SIC qu'en SDG.

Néanmoins, malgré la large diffusion du discours constructiviste, le positivisme qui a longtemps prévalu avec les auteurs classiques en sciences des organisations (Taylor, Weber, Fayol), l'école des relations humaines, et

les auteurs néo-classiques en gestion comme Peter Drucker, reprend de la vigueur avec le mouvement de la recherche expérimentale en gestion après sa réactivation qui suscite un certain intérêt en économie à la faveur du développement de la théorie des jeux. Avant de voir ce mouvement, il faut cependant rappeler que le positivisme traditionnel de la mesure avec des modèles structurels n'a jamais disparu. Ainsi pour Stafford Beer⁴² la science de gestion dite encore la science de la direction des affaires "imite les méthodes des sciences de la nature, mais les applique à une activité spécifique. Elle ne s'intéresse aux processus techniques que superficiellement. Elle opère dans un domaine dominé par l'empirisme et les jugements subjectifs, et entreprend de déterminer et de mesurer les facteurs qui effectivement influent sur les affaires". Il indique qu'il existe cinq critères pour identifier une science⁴³ :

- 1 l'existence de mesures,
- 2 les faits retenus comme phénomènes ont des mesures maintes fois vérifiées,
- 3 il existe des hypothèses visant à expliquer des faits
- 4 "l'hypothèse qui résiste à des années de mise à l'épreuve acquiert le statut de "loi""
- 5 les théories sont proposées et testées pour rendre compte de ces lois.

C'est donc tout récemment, en suivant les traces de la psychologie expérimentale et de l'économie expérimentale, que certains chercheurs en SDG proposent l'expérimentation en laboratoire⁴⁴, dont l'intérêt, aussi bien dans le domaine scientifique que celui de la gestion courante, est de mesurer les effets de la manipulation d'une seule variable déterminante, en maintenant les autres constantes, sur la variable déterminée qui est le comportement d'un individu du type achat, effort de productivité, etc. On notera que ceux qui font la promotion de la méthode expérimentale, comme Cédric Lesage, proposent une argumentation qui prend en compte explicitement la critique anticipée du courant constructiviste. C. Lesage écrit précisément :

L'entité sociale objet de la science de gestion (entreprise, institution, administration) présente les caractéristiques qui « lui attribuent la qualité d'objet complexe, au sens d'Edgar Morin : la complexité n'est pas réductible, mais elle est l'essence même de l'objet. (...) Par conséquent, vouloir reproduire en laboratoire une situation réelle de gestion est forcément illusoire, condamnant ainsi cette forme d'expérimentation.

Une telle conception, répandue au sein des sciences de gestion, nous paraît reposer sur une confusion quant à la nature de l'apport du laboratoire dans cette discipline scientifique ».

E. Lesage rejette l'expérimentation/démonstration, l'expérimentation/explication ou encore le test qui confronte un objet théorique à la réalité, i.e. finalement toutes les expérimentations du positivisme mutilant, pour retenir l'exploration par l'expérimentation qui consiste à rechercher des résultats théoriques novateurs. L'expérimentation en laboratoire rend possible des observations qui auraient été impossibles en conditions réelles. Pour échapper à la critique qui verrait dans cette méthode un positivisme pur et dur, surtout en ayant le souci de la reproductibilité des résultats que permet l'expérimentation *in vitro* indispensable à l'accès à la scientificité par l'application du critère la réfutabilité poppérienne, E. Lesage prend la précaution de dire qu'une utilisation pertinente en sciences de gestion impose la conception d'une modélisation (action d'élaboration et de construction intentionnelle, par composition de symboles, de modèles susceptibles de rendre intelligible un phénomène perçu complexe, et d'amplifier le raisonnement de l'acteur projetant une intervention délibérée au sein du phénomène), et non d'un modèle (construction explicative issue de la composition d'éléments simples totalement décrits et prévisibles), selon la distinction proposée par Le Moigne.

La question en fait qu'il convient de poser est "peut-on échapper au positivisme" et à laquelle on ne peut répondre qu'en examinant les travaux des chercheurs, c'est-à-dire d'analyser ce qui se fait au lieu de redire ce qu'il faudrait faire. C'est notamment le travail proposé par Philippe Baumard qui observe que l'affirmation constructiviste des jeunes chercheurs français est souvent accompagnée d'un positivisme à minima. Après avoir identifié les différentes influences et leur impact sur la position épistémologique du jeune chercheur (influences du directeur de recherche, celles de l'environnement du chercheur et celles enfin liées à la stratégie d'acteur du chercheur), Philippe Baumard suggère que la recherche des jeunes thésards en France relève d'un positivisme aménagé. Il va même jusqu'à affirmer que "les publications françaises en sciences de gestion sont à dominante positiviste"⁴⁵.

Cette démarche positiviste est en revanche clairement celle de l'économie managériale qui correspond à l'application principalement de l'analyse micro-économique⁴⁶ aux problèmes de gestion dans les rapports qu'entretient la firme avec son environnement. L'un de ces problèmes qu'étudie l'économie managériale et auquel elle apporte une solution est notamment l'analyse des effets des différents niveaux de dépenses

publicitaires sur les ventes et sur les profits afin de déterminer le budget optimal de publicité en fonction de la structure du marché⁴⁷, or la publicité est l'un des thèmes qui ressortissent de la communication des organisations. Si l'on décide d'examiner ces problèmes méthodologiques pour les seuls travaux qui relèvent de la communication organisationnelle, on se limitera à rappeler l'important travail d'Yvonne Giordano⁴⁸ qui montre que le positivisme et le constructivisme correspondent à deux visions différentes de la communication. La vision techniciste, mécaniste, balistique, télégraphique ou shannonienne de la communication réduite à un transfert d'informations entre un émetteur actif et "un destinataire plus ou moins passif"⁴⁹, toujours présentée dans les manuels, souvent critiquée aussi bien en SDG⁵⁰ qu'en SIC⁵¹, correspond au positivisme encore en vigueur dans le "marketing behaviouriste" inspirateur d'un grand nombre d'outils de la conception et du contrôle publicitaire, comme l'indique Gilles Marion⁵²; ce positivisme est également revendiqué dans les programmes de gestion du social⁵³, selon la formule de Bernard Miège⁵⁴. La vision de la nouvelle communication selon la formule de Yves Winkin, ou conception systémique, orchestrale, interactive et processuelle, tribale selon la qualification de Michel Maffesoli⁵⁵ ou encore organiste selon la qualification de Jean Lohisse⁵⁶, présentée par Yvonne Giordano comme la vision maiéutique de la communication, correspond au constructivisme dans le tableau de synthèse comparative qu'elle propose.

En fait dans la première perspective, dite mécaniste, on réduit le nombre de variables à observer par le raisonnement toutes choses étant égales par ailleurs, les variables déterminantes et les variables déterminées sont clairement définies ; tandis que dans la seconde perspective, dite maiéutique, on prend en compte le contexte, avec des effets de rétroaction, la variable déterminée devenant déterminante, et aboutissant soit à la déstabilisation du système (rétraction positive) soit à la stabilisation du système (rétroaction négative). On voit clairement que l'approche systémique dans la communication est l'autre nom de la cybernétique. Du point de vue idéologique, on se rend alors compte, à la suite de la remarquable analyse de Paul Attalah⁵⁷ que « la cybernétique assimile », aussi nettement que le modèle shannonien, « la communication humaine à la communication machinique ».

Conclusion

Avec des problématiques et des méthodes qui pourraient être différentes et qu'il faudra éventuellement mettre en évidence, on voit tout de suite que l'intersection entre organisation et communication conduit

fatalement à la rencontre des SDG et des SIC pour l'étude du même phénomène de communication des organisations, suivant des catégories communes issues des préoccupations professionnelles et d'enseignement. L'approche fonctionnelle ou professionnelle des SDG constitue ce lien avec cette origine. Et la communication peut être à son tour fonctionnalisée selon ce découpage pour obtenir la communication et l'information comptable, la communication et l'information financière, la communication et l'information stratégique, la communication interne ou l'information des salariés, la communication et l'information commerciale, etc.. On peut encore faire observer que l'analyse technique des SDG pourrait pousser à privilégier l'information en tant que signal dans l'ordre hiérarchique de l'organisation, alors que les SIC, dégagées des préoccupations de la gestion technique, prendraient plus nettement en charge la dimension sociale inhérente à la communication et la théorisation critique.

Il semble toutefois que le découpage fonctionnel présenté, isomorphe aux disciplines des SDG, soit spécifique à celles-ci, alors que les chercheurs en SIC auraient tendance à opter soit pour l'objet clairement identifiable (la publicité, la communication du président, l'information documentaire sur les brevets, la presse interne des entreprises, etc.). soit, et c'est plus fréquent, pour la distinction simple et moins technique, également courante en SDG, de la cible (interne/externe). Les travaux sur la communication interne portent sur les échanges entre les membres de l'organisation, la presse interne, l'information du comité d'entreprise, etc.. Les recherches sur les communications externes concernent les communications de l'organisation ou de ses membres à l'égard de ses publics actuels ou potentiels externes, la publicité, les relations publiques, le mécénat, le parrainage, etc.. Il convient de préciser que les SDG et les SIC comportent une spécialité technologique et ingénierique commune avec les systèmes d'information. Les travaux peuvent être la conception et/ou l'analyse des systèmes de recherche, de stockage et de traitement de tout type d'information interne ou externe, à vocation culturelle ou professionnelle, de nature routinière ou stratégique, informatisée ou non.

Références

¹ Le résumé de cette conférence est accessible par :

<http://www.asti.asso.fr/pages/groutrav/creis/Creis23.htm>

² Terme retenu par R. A. Thiéart pour l'ouvrage collectif dont il a assuré l'introduction, la coordination : *Méthodes de recherche en management*, Dunod, Paris, 1999, 535p.

³ Françoise Bernard "Contribution à une histoire de la communication des organisations dans les SIC", dans Robert Boure (éd.), *Les origines des sciences de l'information et de la communication. Regards croisés*. Coll. Communication, Presses universitaires du Septentrion, Villeneuve d'Asq, 2002, pp. 153-179. Il convient de faire remarquer que l'une des premières réflexions portant sur l'épistémologie de la communication des organisations au sein des SIC est celle de Christian Le Moëne dans le texte présenté pour son HDR *Etudier les communications d'entreprises : problèmes et problématiques*, Janvier 1994, Université Stendhal-Grenoble 3.

⁴ Les typologies et les classifications sont nombreuses dans ce domaine, comme on a pu le montrer dans le passé. Cf. Ahmed Silem et Gérard Martinez : *Information des salariés et stratégies de communication*, Les Editions d'Organisation, Paris, 1983, Bernard Lamizet et Ahmed Silem (co-direction scientifique), *Dictionnaire encyclopédique de des sciences de l'information et de la communication*, Ellipses, Paris, 1997. Pour d'autres typologies, voir aussi :

Christian Le Moëne, *Etudier les communications d'entreprises : problèmes et problématiques*, dossier d'HDR, Université Stendhal-Grenoble 3, janvier 1994, page 48
Humbert Lesca "Information (Typologie de l'-)", dans Robert Le Duff (sous la direction), *Encyclopédie de la gestion et du management*, Dalloz, Paris, 1999, pp. 483-484. Signalons que cette encyclopédie ne comporte pas d'entrée pour communication d'entreprise et pour communication des organisations en article principal. En revanche dans l'index apparaît communication d'entreprise traitée dans "communication/promotion". Les seules entrées avec communication sont à caractère technologique et de gestion courante : "communication/promotion", "communication globale" traitée dans "publicité", "communication graphique" traitée dans "publicité", "communication institutionnelle", "communication interne", "communication par l'événement", "droit de communication fiscale", "communication produit" traité dans "communication/promotion". Les corrélats permettent de pallier partiellement l'absence d'une entrée à vocation théorique et épistémologique. C'est le cas avec l'article "Relations publiques" évoqué en corrélat dans "communication/promotion" qui comporte les mots information, message, émetteur, récepteur, et qui utilise, sans la nommer, la théorie du *two step flow* de P. Lazarsfeld, comme fondement de la méthode des relations publiques.

⁵ Philippe Schwbig, avec la collaboration de F. Charvin, *Les communications de l'entreprise. Au-delà de l'image.*, coll. Stratégie et management, McGraw-Hill, Paris, 1988, troisième tirage 1991, p. 11. C'est la même finalité qui se dégage à la lecture du travail de Annie Bartoli (*Communication et organisation*, Les Editions d'Organisation, Paris, 1990) qui, selon la remarque de Françoise Bernard semble être le premier à porter un titre réunissant les mots "communication" et "organisation", bien que Ph. Schwbig, utilise indifféremment dans son texte "entreprise" et "organisation".

⁶ La communication est : *une jeune femme passe devant un groupe d'hommes. L'une d'entre eux réagit en "sifflant d'admiration"*. Alex Mucchielli en propose cinq analyses différentes binarisées : chaque analyse peut être effectuée en référence à des concepts liés à une

théorie, soit du point de vue d'une discipline académique spécifique (psychologie, psychologie sociale, philosophique, sémiologique), soit du point de vue des sciences de l'information et de la communication.

⁷L'histoire de la naissance et de l'évolution des nouvelles sciences est plus entretenue pour les SIC, pour sa dimension institutionnelle, que pour les SDG. Les derniers documents publiés dans cette affirmation identitaire des SIC sont notamment :

“recherche et communication”, *MEI, médiation et information*, n°14, L'Harmattan, 2001, (voir plus particulièrement Th. Lancien et alii : “La recherche en communication en France, tendances et carences”

Robert Boure (éd.) *Les origines des sciences de l'information et de la communication. regards croisés*. Presses universitaires du Septentrion, Villeneuve d'Ascq, 2002.

Pour une analyse moins contingente, cf. les désormais classiques :

Armand et Michelle Mattelart : *Histoire des théories des la communication*, Repères, La découverte, Paris, 1995, et Bernard Miège *La pensée communicationnelle*, PUG, Grenoble, 1995.

Pour les SDG, s'il arrive d'évoquer la reconnaissance institutionnelle de la sixième section du CNU, le rôle joué par tel ou tel fondateur, l'histoire est plus souvent celle des différents avatars de la gestion (A. C. Martinet: *Epistémologies et sciences de gestion*, Economica, 1990, p. 11) ou des sources des sciences de gestion (J.-L. Le Moigne : “état de la recherche en sciences de gestion”, *Recherche en sciences de gestion*, FNEGE-ISEOR, 1984).

⁸ Bernard Miège, *La pensée communicationnelle*, coll. La Communication en Plus, PUG, Grenoble, 1995

⁹On rencontre quelquefois des appellations au singulier : *la science de gestion* de Beer (Larousse), *la science de l'information* de Yves Le Coadic (que sais-je, PUF), *la science de la communication* de Judith Lazare (Que sais-Je PUF)

¹⁰ Armand Mattelart évoque cet aspect plus rhétorique qu'effectif. Il déclare dans l'entretien accordé à Thierry Lancien et Marie Thonon pour le n° 14 (*Recherche et communication*) de *MEI*. “Malgré la rhétorique sur le processus de convergence vers une transdiscipline à l'âge de la complexité, les pratiques de recherche continuent à être fortement cloisonnées”. page 18.

¹¹R.- A. Thiétart, p. 1, op.cit.

¹²Alain-Charles Martinet : “Epistémologies de la stratégie”, dans Alain-Charles Martinet (coordonné par) *Epistémologies et sciences de gestion*, Economica, Paris, 1990, p. 215

¹³Pierre Louart; “gestion et management”, dans R. Le Duff (ss la dir. de) : *Encyclopédie de la gestion et du management*, Dalloz, Paris, 1999, pp. 551 &ss

¹⁴Pierre Morin, *L'art du Manager. De Babylone à l'internet*, Les Editions d'Organisation, Paris, 1997, repris dans « management et managers », dans *Management et organisation des entreprises, Cahiers français*, n° 287, 1998, p. 12 et 13.

¹⁵Alain-Charles Martinet (coordonné par -): *Epistémologies et sciences de gestion*, coll. Gestion, Economica, Paris, 1990, page 24.

¹⁶B. Miège, R. Odin : “Les sciences de l'information et de la communication”, *rapport au Conseil National d'Evaluation*, mars 1993, annexe V.

¹⁷Abraham Moles, préface à Jean Cloutier, *l'ère d'EMEREC ou la communication audio-scripto-visuelle à l'heure des self-media*, 2^e édition, Les presses de l'Université de Montréal, Montréal, 1975, p. 12., en gras dans le texte.

¹⁸Jean Cloutier, *l'ère d'EMEREC*, op. cit. page 240. La figure présentée se limite à

représenter quatre perspectives d'analyser des quatre fonctions de la communication : information, éducation, animation à laquelle sont rattachées les relations publiques, et distraction. Le texte à la même page explicite la nature des apports en sociologie, en psychologie, en sémiologie, en linguistique, en histoire et en biologie.

¹⁹Claude Lévi-Strauss, *Anthropologie structurale*, éd. Plon, Paris, 1958, cité par Yves Winkin, *La nouvelle communication*, coll. points, éd. du Seuil, Paris, 1981, p. 105.

²⁰Pierre Louart "Gestion et management", article de synthèse dans Robert Le Duff *Encyclopédie de la gestion et du management*, Dalloz, Paris, 1999, p. 552 et p. 554.

²¹Herbert Alexander Simon, *Models of Bounded Rationality*, MIT press, Cambridge, Massachusetts et Londres, 1982, cité par Philippe Lorino dans *l'économiste et le manager, éléments de micro-économie pour une nouvelle gestion*, éditions la découverte, Paris, 1989, p. 29

²²Philippe Lorino, *l'économiste et le manager*, op. cit. p. 29

²³Th. Lancien et M. Thonon : "entretien avec Armand Mattelart", *Recherche et communication, MEI*, n° 14, 2001, p. 19

²⁴Alex Mucchielli : "Pour dépasser la problématique de l'interdisciplinarité des SIC", Mai 2002, texte consulté sur l'internet, 30 juillet 2002.

²⁵notamment *Les sciences de l'information et de la communication*, coll. Les fondamentaux, Hachette supérieur, Paris, 3^e édition, 2001, pp 82 à 130 et *La nouvelle communication, Epistémologie des sciences de l'information-communication*, Coll. U, Armand Colin, Paris, 2000. Cf. le chapitre 5 (la théorie systémique des communications ou la communication-participation et sa méthode d'analyse) et le chapitre 6 (la théorie sémio-contextuelle de la communication ou la communication-processus et sa méthode d'analyse contextuelle et cognitive),

²⁶Raymond-Alain Thiétart : "Introduction", dans R.-A. Thiétart et coll. *Méthodes de recherche en management*, Dunod, Paris, 1999, p. 1

²⁷A.-C.Martinet, *Epistémologies....*, op.cit., p. 17

²⁸sous titre de *L'Information et la Communication*, HU communication, Hachette, Paris, 1991. Le très court chapitre 9 intitulé les problèmes documentaires.

²⁹Robert Escarpit, encore vivant au moment de la parution du *Dictionnaire encyclopédique des sciences de l'information et de la communication*, n'a pas fait l'objet d'un article, pour présenter son œuvre et ce que lui doivent les SIC, comme cela a été fait pour Roland Barthes ou Abraham Moles qui étaient décédés avant lui.

³⁰ces rapprochements sont visibles dans : Pierre Yves Gomez, *Le gouvernement de l'entreprise*, InterEdSition, Paris, 1996, , dans l'article de l'article de Jacques Rojot : "théorie des organisations", dans Yves Simon et Patrick Joffre, *Encyclopédie de la gestion*, Economica, Paris, 1990

³¹Etienne Lissilour : "De la théorie des organisations à la sociologie de l'entreprise", dans *Management et organisation des entreprises, Cahiers français*, n° 287, Juillet-septembre 1998, p. 27

³²Françoise Bernard : "contribution à une histoire de la communication des organisations dans les SIC", dans Robert Boure (éd.), *les origines des sciences de l'information et de la communication, regards croisés*, Presses universitaires du Septentrion, Villeneuve d'Asq, 2002, p. 156.

³³information donnée en page de garde selon le catalogage professionnel *Electre-bibliographie*.

³⁴Edgar Morin et Jean-Louis Le Moigne: *L'intelligence de la complexité*, L'Harmattan, Paris, 1999, voir plus particulièrement l'avant propos érudit et stimulant de J.-L. Le Moigne qui fait l'histoire du difficile développement de cette intelligence de la complexité.

³⁵Thomas Thomson Paterson *Management theory*, Business Publications, Ltd, Londres, 1965, traduit en français par Roland Caude, aux Editions Gauthier-Villars, 1969

³⁶cf. Philippe Jeannin *Théorie actuarielle du risque*, Thèse pour le doctorat ès sciences économiques, Université de Toulouse, mai 1978, SRT de Grenoble, ,

³⁷cf les nombreux travaux de Rodolphe Durand et plus particulièrement sa thèse de doctorat ès sciences de gestion : *Management stratégique des ressources et performance des firmes*, HEC, Jouy en Josas, 1997. Son objet est de tester les facteurs d'imitabilité imparfaite sur la base d'un large échantillon d'entreprises françaises.

³⁸André Micallef "Epistémologie du marketing, convergence méthodologique", dans Alain.-C. Martinet, *Epistémologie et sciences de la gestion*, op. cit, page 185

³⁹ Cf. Emmanuel Pedler, *Sociologie de la communication*, coll. sociologie 128, Nathan Université, Paris, 2000. L'auteur ne semble pas accorder une différence de perspective aux sciences de la communication au sein de la sociologie qui est présentée implicitement comme synonyme de sciences sociales.

⁴⁰ cf. Peter F. Anderson "Marketing scientific progress and scientific method". *Journal of Marketing*, 1983, pp. 33-46. On fera observer que la contribution plus récente de J. Jallais "Méthodologie de la recherche en marketing" exprime encore ce positivisme traditionnel dans Robert Le Duff : *Encyclopédie de la gestion et du management*, Dalloz, Paris, 1999, p. 815, alors que Gérard Cliquet et Pierre Grégory, dans la même encyclopédie et dans leur article de synthèse "Marketing" rappellent que dans ce numéro spécial de *Journal of Marketing* de 1983, "certains auteurs affirment que l'approche positiviste classique avec tests empiriques ne pouvaient plus être la seule acceptable(...). Certains ont orienté leurs travaux au-delà du post-positivisme vers des approches constructivistes s'obligeant à une compréhension globale des phénomènes". (page 669).

⁴¹Martine Girod-Séville et Véronique Perret "Fondements épistémologique de la recherche", dans Raymond Alain Thiétart, (coord. par) *Méthodes de recherche en management*, Dunod, Paris 1999, pp.14-15

⁴²Stafford Beer *la science de la gestion, la recherche opérationnelle dans l'entreprise*, trad. Jacques Boule, collection techniques d'aujourd'hui, Larousse, Paris, 1970, p. 19

⁴³S. Beer op. cit., page 15

⁴⁴cf. Joël Jallais : "Méthodes de recherche en marketing", dans Robert Le Duff (Sous la direction de) : *Encyclopédie en Gestion et en Management*, Dalloz, Paris, 1999, page 813; Isabelle Royer et Philippe Zarlowski : "le design de la recherche", dans Raymond-Alain Thiétart (et coll.) *Méthodes de recherche en management*, Dunod, Paris, 1999, pp. 138-168 (ce chapitre est intéressant par sa bibliographie donnée dans le tableau p. 143 et ses exemples) ; Cédric Lesage : "L'expérimentation de laboratoire en sciences de gestion, www.afc-cca.com/congres2000/Angers/Fichiers/LESAGE.pdf.

⁴⁵Philippe Baumard : "Constructivisme et processus de la recherche : L'émergence d'une "posture" épistémologique chez le chercheur. *Cahiers de recherche LAREGO*, Université de Versailles St Quentin, septembre 1997, article présenté au colloque *Constructivisme et sciences de gestion*, IAE de Lille, 23 octobre 1997, consulté sur http://www.iae-aix-com/cv/baumard/constructivisme_recherche.htm.

⁴⁶Elle fait aussi appel à d'autres disciplines comme l'indiquent Brigitte Gosse, Jacques

Lecaillon, Louis de Mesnard et Jean-Marie Monnier, les auteurs de *Economie managériale* (Montchrestien, Paris, 1989). Ils écrivent (p. 10) : "l'économie managériale est dans une large mesure pluri-disciplinaire, puisqu'elle fait appel à des notions de marketing, de finance, de statistique ou de mathématique".

⁴⁷cf. Howard Davies : *Managerial economics for business, management and accounting*, second edition, Pitman publishing, Londres, 1991, page 1 et 2 pour le processus positiviste de construction des modèles économiques et pages 257 et ss pour les dépenses de communication externe. Voir aussi le chapitre 12 "les politiques de communication" dans le manuel de B. Gosse et alii, *Economie managériale*, op.cit., pages 269-291.

⁴⁸Yvonne Giordano "Communication d'entreprise : faut-il repenser les pratiques managériales ?", *Revue de gestion des ressources humaines*, vol. 13, n° 14, 1994, pp. 49-61. Cet article est notamment cité dans le chapitre de M. Girod-Séville et V. Perret, art. déjà cité, p. 21.

⁴⁹Gilles Marion, *Les images de l'entreprise*, Les Editions d'Organisation, Paris, 1989

⁵⁰cf notamment Gilles Marion, op.cit.

⁵¹Ici les auteurs sont trop nombreux. Parmi ceux que nous avons déjà présentés, nous signalerons Alex Mucchielli et Christian Le Moëne.

⁵²Gilles Marion, op.cit. p. 11

⁵³Cf notamment André Lafrance *Réseaux et programmes de communication interne. pour comprendre et améliorer le fonctionnement*, Les Presses du Management, Paris, , Editions nouvelles, Montréal, 1996.

⁵⁴Bernard Miège, *La société conquise par la communication*, PUG, Grenoble, 1989.

⁵⁵Michel Maffesoli "La communication tribale", communication au séminaire de Anne-Marie Laulan à IRESCO-CNRS 1987-88, publié dans *L'entreprise saisie par la communication*, 2ème Volume, ouvrage édité, sous la direction de Anne-Marie Laulan, par MCD-CNRS, ANC bordeaux, CCI Bayonne, pages 25-37.

⁵⁶Jean Lohisse, *La communication. De la transmission à la relation*, coll. Culture et communication, De Boeck Université, Bruxelles, 2001, . la première partie présente les modèles mécaniste. La deuxième partie présente "les grandes théories de la communication comme relation interactive et totalité dynamique".

⁵⁷Paul Attalah *Théorie de la communication. histoire, contexte, pouvoir*, collection Communication et société, Téléuniversité, Université du Québec, Ste Foy, 1993. Ce manuel, parmi ses intérêts multiples décrit la nature profonde du fonctionnalisme et de la cybernétique comme relevant du contrôle social.