



HAL
open science

Regards croisés entre les sciences de l'économie et de la gestion et les sciences de l'information et de la communication pour comprendre les processus communicationnels émergents dans une Europe en crise

Barbara Szafrajzen, Jean Moutouh

► To cite this version:

Barbara Szafrajzen, Jean Moutouh. Regards croisés entre les sciences de l'économie et de la gestion et les sciences de l'information et de la communication pour comprendre les processus communicationnels émergents dans une Europe en crise. 20ème conférence de l'Association Européenne de l'Enseignement Économique, recherches et débats sur l'Enseignement de l'Économie et des Sciences Sociales: Enseigner l'économie dans une Europe en crise, Aug 2014, Aix-en-Provence, France. hal-03156645

HAL Id: hal-03156645

<https://hal.science/hal-03156645>

Submitted on 2 Mar 2021

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.

Communication scientifique colloque ENSECOSS

« Regards croisés entre les sciences de l'économie et de la gestion et les sciences de l'information et de la communication pour comprendre les processus communicationnels émergents dans une Europe en crise »

Barbara Szafrajzen

Maître de conférences en Sciences de l'information et de la communication
Laboratoire ADEF - Équipe ACADIS - ECD, Aix-Marseille Université

Jean Moutouh

Professeur agrégé en Économie-Gestion
Docteur en Sciences de l'information et de la communication
LERASS - Équipe Organicom, Université de Toulouse

Mots clés : crise, information, surcommunication, sens, sémiotique situationnelle.

Résumé :

Dans le contexte économique Européen actuel, de nombreux médias, ou encore pouvoirs politiques, convoquent le terme de crise pour caractériser la situation économique vécue en Europe.

L'usage du terme de crise n'est pas nouveau ; toutefois, sa définition comme point de retournement (Haberler, 1963) tend à être abandonnée pour laisser place à l'idée d'un ralentissement général de la croissance lié pour certains au système économique lui-même (courant marxiste), pour d'autres, à une insuffisance de la demande (courant keynésien), ou encore à des éléments exogènes (courant libéral), voire à un processus de « destruction créatrice » (Schumpeter, 1942).

Aujourd'hui, son ampleur pluridimensionnelle (économique, sociale, sociétale, environnementale) et sa durée amènent les sciences économiques et les sciences sociales à se rencontrer autour des concepts de mutation et d'évolution pour définir une situation Européenne en crise, induisant alors « des » crises : crise du modèle capitaliste, crise de civilisation, crise environnementale.

En sciences de l'information et de la communication (SIC), il est fait référence à l'idée de crise systémique au sein de laquelle toutes ces dimensions s'entrecroisent, se répondent, conduisant à « *décrire une action dans son contexte, en l'entendant dans son irréductible "Quoi ? Faisant et devenant quoi ? Pourquoi ? Dans quoi ?... "* ». » (Le Moigne, 1995, p. 81). Cette lecture communicationnelle du contexte de crise permet de comprendre quels sont les processus communicationnels émergents ; elle est plus « compréhensive » (au sens de Weber et Schütz), que normative et propositionnelle.

Cette crise systémique contraint à proposer une nouvelle approche d'enseignement de l'économie, que les méthodes d'analyse en sciences humaines et sociales, et précisément en SIC, pourront appréhender avec un regard plus adapté à la complexité de cette situation (D'Almeida, 2001).

Cette communication porte des regards croisés entre les sciences de l'économie et de la gestion et les SIC pour comprendre l'Europe en crise et tente de répondre à la problématique : quelles stratégies pédagogiques et didactiques les SIC offrent-elles pour comprendre l'Europe en crise ?

Pour ce faire, nous choisissons d'avoir recours à la méthode de la sémiotique situationnelle (Mucchielli, 2003) afin de comprendre l'émergence du sens en situation (Szafrajzen, 2011), liée à l'utilisation de l'interactivité comme moyen d'émergence (Leleu-Merviel, 2004).

L'action d'un acteur étant largement influencée par la représentation qu'il se fait de la situation (Bouzon, 2010), la méthode fragmente une situation de communication -pour nous la crise- en quatre principaux contextes qui sont : la qualité des relations, les enjeux, les normes et les positionnements. Cette vision panoramique et distanciée de la compréhension de l'économie (intégrant des entités humaines, matérielles et idéelles) offre un nouvel outil pédagogique et didactique pour comprendre et analyser la situation de crise systémique.

Introduction :

Dans le contexte économique Européen actuel, de nombreux médias, ou encore pouvoirs politiques, convoquent le terme de crise pour caractériser la situation économique vécue en Europe.

L'usage du terme de crise n'est pas nouveau ; toutefois, sa définition comme point de retournement (Haberler, 1963) tend à être abandonnée pour laisser place à l'idée d'un ralentissement général de la croissance lié pour certains au système économique lui-même (courant marxiste), pour d'autres, à une insuffisance de la demande (courant keynésien), ou encore à des éléments exogènes (courant libéral), voire à un processus de « destruction créatrice » (Schumpeter, 1942).

En sciences de l'information et de la communication (SIC), il est fait référence à l'idée de crise systémique au sein de laquelle toutes ces dimensions s'entrecroisent, se répondent. Cette lecture communicationnelle du contexte de crise permet de comprendre quels sont les processus communicationnels émergents ; elle est plus « compréhensive » (au sens de Weber et Schütz), que normative et propositionnelle.

Cette crise systémique contraint à proposer une nouvelle approche d'enseignement de l'économie, que les méthodes d'analyse en sciences humaines et sociales, et précisément en SIC, pourront appréhender avec un regard plus adapté à la complexité de cette situation (D'Almeida, 2001).

A travers des regards croisés entre les sciences de l'économie et de la gestion et les SIC pour comprendre l'Europe en crise, nous tentons de répondre à la problématique : quelles stratégies pédagogiques et didactiques les SIC offrent-elles pour comprendre l'Europe en crise ?

Pour ce faire, nous choisissons d'avoir recours à la méthode de la sémiotique situationnelle (Mucchielli, 2003) afin de comprendre l'émergence du sens en situation (Szafrajzen, 2011), liée à l'utilisation de l'interactivité comme moyen d'émergence (Leleu-Merviel, 2004).

Pour cela, nous faisons tout d'abord un rapide état des lieux historique « des » crises économiques. Dans un second temps, nous portons un regard SIC sur les crises économiques rencontrées en Europe en ce début de XXI^{ème} siècle. Dans un troisième temps, nous

analysons, par des méthodes propres aux SIC, des stratégies pédagogiques et didactiques possibles pour comprendre autrement l'Europe en crise.

I. Des crises préindustrielles aux crises post-industrielles : une évolution qui intéresse le champ des SIC

« Chaque fois qu'un agent économique, en quelque domaine d'activité que ce soit, pèse les termes d'une décision importante, il est amené à s'interroger : la situation actuelle – qu'elle soit bonne ou médiocre – va-t-elle se maintenir ? Annonce-t-elle ainsi une aggravation, voire une crise ? ou bien – au contraire – permet-elle d'espérer une reprise, c'est-à-dire l'espoir d'un mieux, un nouvel essor ? » (Flamant, 1985, p. 3). L'enseignant en économie, tout comme l'agent économique décrit par Maurice Flamant, doit prendre connaissance de la situation économique qui entoure son environnement spatiotemporel : c'est là une décision importante pour construire ses séquences pédagogiques. Notre posture de chercheurs en SIC nous amène à proposer à cet enseignant des « outils », un autre regard qui, à l'aune du XXI^{ème} siècle, nous semble riche de sens pour comprendre l'économie dans un contexte de crise. Ecrire d'emblée cela invite à penser qu'une crise émerge pour la première fois laissant l'enseignant d'économie empiriquement vierge de toutes expériences pour l'interpréter. L'affirmation est évidemment erronée ; pour autant, les spécificités du contexte de crise d'aujourd'hui peuvent trouver au champ des SIC une aide pour l'appréhender.

Avant l'entrée dans l'ère industrielle, la France, comme d'autres pays européens, connaît des crises importantes, essentiellement agricoles, provoquant des famines pour ceux qui n'avaient pas les moyens de faire face à la montée du prix des matières premières. Avec la révolution industrielle, les crises changent de nature et sont liées davantage aux manques de débouchés qu'à la rareté des produits à acheter. A la sortie d'une période de croissance d'après guerre, qualifiée parfois d'ère de l'automobile, la décennie des années soixante-dix marque un point de rupture (Flamant, Singer-Kerel, 1987) où commence à apparaître un ensemble de difficultés : « La première a été le net ralentissement des progrès de la productivité dans les pays les plus développés. La seconde fut, jusqu'en 1983, le renchérissement en valeur réelle de l'énergie (...). La troisième se traduit dans une pratique généralisée et anarchique des taux de change fluctuants » (Ibid., p. 113). Cette période de crise de l'ère industrielle prend une dimension symbolique, et d'une grande ampleur, au regard de la situation économique exceptionnelle d'après guerre avec une hausse générale du pouvoir d'achat, le développement de la consommation, des loisirs pour tous, l'amélioration de la qualité de vie et un état providence jouant pleinement son rôle. Ce rythme de croissance qualifié par Samuelson de « sorte de miracle économique » (Samuelson, Nordhaus, 2005) n'est plus réapparu et l'économie suit des crises cycliques, des fluctuations économiques. La crise devient économique avec le chômage qui augmente, la consommation et la demande qui diminuent, etc. Les économistes, ainsi que les gouvernants, tentent alors des explications différentes en fonction de la conception qu'ils ont du système économique : keynésienne -avec une crise liée à l'insuffisance de la demande-, libérale -avec une crise liée à des chocs exogènes et erreurs

politiques-, ou encore marxiste -avec une interprétation endogène de la crise liée à des contradictions du système capitaliste-.

Mais l'entrée de nos économies dans le XXI^{ème} siècle s'accompagne de l'explosion de la bulle internet¹, de la crise des « subprimes » aux Etats-Unis, et plus généralement d'un déséquilibre entre le monde de la finance et celui de l'économie réelle, dont les prémices avaient déjà été mises en exergue à la fin des années 1990 (Allais, 1999). Cette période est aussi celle de l'interdépendance des économies à l'échelle mondiale, « *une ère nouvelle de rééquilibrage entre les pays du Nord et ceux du Sud soulevant de nombreux problèmes qui dépassent le cadre des nations et ont mis en évidence l'essoufflement de la croissance dans la majorité des pays avancés* » (Babeau, 2014, p. 57). La France vit alors, comme aujourd'hui, une période de crise de l'emploi avec un taux de chômage élevé comme dans de nombreux pays européens ; et, au-delà des chiffres, c'est surtout un sentiment d'insécurité professionnel qui se développe dans notre pays : « *un CDI français est beaucoup plus anxieux sur l'avenir de son travail qu'un salarié scandinave, pourtant beaucoup moins protégé contre les licenciements* » (Tirole, 2014, p. 66). Les conceptions théoriques des différents courants de pensée ne suffisent plus à comprendre la crise : la « *"science économique" n'est pas prédictive (...) il redevient légitime de s'interroger sur ses méthodes, ses théories et ses résultats* » (Ibid., p. 55).

L'abondance d'information et sa disponibilité permises par les technologies de l'information et de la communication auraient pu laisser penser à une période prolifique pour la macro-économie et les tenants du keynésianisme. Ces derniers pouvaient profiter de cette situation informationnelle pour construire des modélisations des économies nationales permettant par la suite de mieux comprendre, prédire, puis solutionner les problématiques rencontrées. Toutefois, au vu de la situation actuelle pour beaucoup de pays Européens, il semble qu'il n'en est rien, bien au contraire. En effet, « *qu'elle soit de qualité ou non, l'information n'est pas toujours à la genèse d'une politique stratégique d'entreprise et/ou de prise de décision opérationnelle ou stratégique. Parfois, l'intuition des acteurs de l'organisation est au cœur de leurs actions effectives* » (Szafrajzen, Moutouh, 2013) et ces derniers ont des comportements irrationnels (Kahneman, 2012), difficilement prévisibles et modélisables par les économistes.

En outre, détenir des données en nombre ne suffit pas pour résoudre les difficultés économiques ; il faut maîtriser ces données pour les convertir en informations pertinentes et utilisables par l'être humain. Or, ce dernier évolue dans un contexte de rationalité limitée (Simon, 1947). Il ne possède qu'une expérience limitée (Keynes, 1937), difficilement compatible avec une surcharge de données et « *il a été démontré en psychologie que l'abondance de données peut nuire à la prise de décision* » (Rakoto, 2005, p. 24). Comprendre les crises aujourd'hui, c'est se doter, pour l'ensemble des acteurs -qu'ils soient enseignants, économistes ou politiques-, d'une « boîte à outils » pour analyser des situations complexes exacerbées par l'accélération des échanges commerciaux (Babeau, 2014), sans oublier « *les effets dépressifs sur l'activité économique de la réduction exigée du déficit budgétaire* » (Ibid., p. 58).

¹ Bulle spéculative qui se forma sur le secteur des nouvelles technologies de l'information et de la communication, de la fin des années 1990 jusqu'au début des années 2000.

D'une crise économique, nous sommes finalement passés à une crise informationnelle qui influence les économies européennes et l'avenir des sciences économiques. Que l'enseignant en sciences économiques interroge les fluctuations économiques de ces dernières années ou s'arrête sur des problèmes tels que le chômage, l'endettement, le financement de l'activité, etc., il ne peut faire l'économie de l'apport des SIC pour comprendre et faire comprendre à ses élèves le fonctionnement du marché du travail (Moutouh, 2008), tout comme l'ensemble des échanges qui se construisent et se co-construisent entre les agents économiques, qu'ils soient offreurs ou demandeurs, preneurs ou faiseurs de prix.

Les économistes, les enseignants en sciences économiques évoluent dans un environnement d'information et de communication : l'information leur communique quelque chose et une communication devient elle-même une information. Il convient, avant de proposer des stratégies pédagogiques et didactiques, de porter un regard communicationnel sur cet environnement.

II. La crise informationnelle, ou comment vouloir communiquer toujours plus : regard SIC sur les crises économiques rencontrées en Europe

Qu'il s'agisse d'une « mauvaise » information, ou d'une information erronée, d'un débat autour du non-dit, de l'implicite, ou encore du vouloir dire ; toutes ces problématiques de qualité de l'information posent question pour les SIC quant au passage de l'information à celui de la connaissance, et par là-même à la construction du sens (Szafrajzen, Moutouh, 2013) : « (...) *il est nécessaire de passer de l'information à la connaissance en redonnant à la dimension communicationnelle la place qui lui revient* » (Moinet, 2009a, p. 215).

A ce titre, un des axiomes bien connu de l'école de Palo Alto atteste que l'« *on ne peut pas ne pas communiquer* » (Watzlawick, Helmick Beavin, Jackson, 1967). Cette affirmation rappelle le caractère inévitable de la communication : tout comportement, ou absence de comportement, verbal ou non verbal, constitue une communication dans la mesure où une information est transmise (si ce n'est l'information à ne pas vouloir communiquer) ; il y a donc une quantité infinie de signes informatifs que l'on peut déceler et comprendre dans toute situation de communication.

En ce sens, en admettant que, dans une interaction, tout comportement a la valeur d'un message -soit qu'il est une communication-, il s'avère qu'on ne peut pas ne pas communiquer, qu'on le veuille ou non (Winkin, 1996). Activité ou inactivité, parole ou silence, tout a valeur de message, selon les chercheurs de l'école de Palo Alto.

Ce constat, considéré comme « *consensuel transnational* » ou comme « *nouvelle idéologie* » (Sfez, 2010), semble ainsi converger vers l'idée que nous évoluons désormais dans une « *société de la communication* » (Côté, 2006). En effet, Lucien Sfez rappelait dernièrement que la communication envahie désormais tous les champs -il parlait déjà en 2001 d'« *éclatement de la communication dans toutes les directions* » (Sfez, 2001)- : l'entreprise, le monde politique, la presse, l'audiovisuel, la publicité, l'édition, la sphère religieuse, les psychothérapies individuelles, les sciences des organisations et de la décision, les différentes

sciences exactes telle que la physique ou encore la biologie, l'intelligence artificielle, l'informatique, les sciences cognitives, etc. (Sfez, 2010).

« *On se parle de plus en plus mais on se comprend de moins en moins* » affirmait-il dans cet ouvrage (*Ibid.*, p. 7). Selon lui, la société n'aurait jamais autant parlé de communication alors qu'elle « *ne sait plus communiquer avec elle-même, (...) la cohésion est contestée, (...) les valeurs se délitent, que des symboles trop usés ne parviennent plus à unifier. Société centrifuge, sans régulateur.* » (*Ibid.*, p. 6).

Si la quantité d'informations est aujourd'hui indéniable, elle est aussi et surtout redoutable. En effet, pléthore d'informations conduit inéluctablement à en oublier le sens donné : « *[...] nous sommes en situation de macro abondance des données et de rareté des informations stratégiques. La plus large part des données constitue du bruit au sens des sciences de l'information et de la communication [...]. Dans ces derniers cas, l'information est une clé pour lutter contre le phénomène d'entropie qui menace toutes les organisations.* » (Moinet, 2011, p. 25).

En ce sens, cette trop grande quantité d'informations amènerait à une confusion, au fait de croire savoir, sans pour autant en être sûr, voire à l'ignorance totale et définitive d'information : « *De même, qui peut contredire l'idée selon laquelle l'ignorance coûte plus cher que l'information ?* » (Moinet, 2009b, p. 62).

Cette idée de crise informationnelle n'est pas nouvelle puisque déjà en 1985 Denis Huisman a intitulé un de ses ouvrages « *L'incommunication* », repris récemment par Pascal Robert, soulignant qu'il ne s'agit pas d'une non-communication, mais bien davantage d'une sur-communication, mettant les organisations au défi de son « *arraisonnement et de sa maîtrise* » (Robert, 2005, p. 6). En effet, cet auteur rappelle que cette omniprésence de la communication ne doit pas être confondue avec le concept de qualité de l'information : « *On a tendance à conclure trop facilement du "on ne peut pas ne pas communiquer" que -donc- ça communique. C'est aller un peu vite en besogne. Au contraire même, c'est bien parce qu'"on ne peut pas ne pas communiquer" que ça communique trop, de travers, de manière non maîtrisée, incidente, etc.* » (*Ibid.*, p. 5).

Il s'agirait donc, au milieu de cette crise informationnelle, de choisir une information de qualité : Alex Mucchielli explique qu'une information peut être jugée de qualité « *lorsque le sens voulu par l'émetteur est le sens compris par le destinataire* » (Mucchielli, 2005, p. 69). Toutefois, pour faire ce choix qualitatif, il ne faut pas s'arrêter aux solutions offertes par les technologies, si performantes soient-elles, dont on perçoit les limites : « *Face à une surcharge informationnelle chaotique et entropique sur Internet, l'enjeu est de permettre à l'utilisateur de se repérer dans l'arborescence des contenus.* » (Sandri, 2013, p.4). Croire que ces situations d'asymétrie d'information pourraient, avec le développement d'internet depuis le milieu des années 1990 en France, s'équilibrer, semble peu probable.

Pour autant, « *(...) il ne suffit pas d'être informé pour agir d'autant que l'information peut même paralyser l'action. Pour sortir de cette impasse, il faut donc renouer avec cette idée déjà présente dans la pensée grecque que "connaître est agir".* » (Moinet, 2009b, p. 67). Par conséquent, il est indispensable de se former à la connaissance, à l'inévitable sélection des

informations qui parviennent à l'organisation : « *L'information ne devient stratégique que si elle apporte de l'eau au moulin de la connaissance. Toute la difficulté est alors de créer un cycle vertueux d'apprentissage organisationnel.* » (Moinet, 2009b, p. 221).

Dans ces conditions, l'interprétation qui découle de la communication aurait parfois des conséquences non recherchées par l'un des acteurs, voire par l'ensemble des acteurs de la communication, amenant à une forme de crise interprétative. « *Les pratiques interprétatives, qu'elles soient celles du chercheur ou celles de tous les acteurs sociaux qu'il peut observer, peuvent être décrites comme relevant d'un habitus dès lors qu'elles s'exercent ensemble dans un milieu particulier, un média par exemple. A ce titre, elles peuvent apparaître comme construisant tout ensemble une réalité collective par lesquelles elles sont elles-mêmes construites.* » (Le Marec, 2001). Cette interprétation donne sens au message, mais le sens pris dans ces conditions pose question dans la mesure où une mauvaise interprétation du message, voire une interprétation différente à celle initialement imaginée, conduit inéluctablement à changer le sens donné à cette communication (Mucchielli, 2008).

C'est ainsi que la question de l'interprétation d'un message pose débat : « *L'interprétation permet une appropriation, qui peut être de l'ordre du bricolage (imaginer) ou du braconnage (détourner).* » (Vacher, 2009, p. 127). Emergent alors des risques de sur-interprétation liés à la réduction des cas de terrains observés, aux facteurs pris en compte pour expliquer ou comprendre les faits, ou encore à une recherche quasi obsessionnelle de la cohérence, voire de la généralisation abusive (Héas, Poutrain, 2003).

Toutefois, les SIC offrent des stratégies pédagogiques et didactiques pour comprendre différemment l'Europe en crise, telle que la méthode de la sémiotique situationnelle.

III. La méthode de la sémiotique situationnelle comme stratégie pédagogique et didactique pour comprendre autrement l'Europe en crise

Mener à bien cette démarche de compréhension de l'Europe en crise nécessite indubitablement d'intégrer la communication, réconciliant ainsi une démarche pluridisciplinaire entre les sciences de l'économie et de la gestion et les SIC. Toutefois, « (...) *la communication, si elle existe, ne peut venir qu'en seconde vague, qu'elle ne peut émerger que d'un travail long et difficile. Elle n'est pas donnée, elle est à construire et il convient de s'interroger justement sur le processus social et les moyens de cette construction* » (Robert, 2005, p. 16). Cela conduit donc au respect de certains axiomes bien connus des SIC : la question de la construction du sens, l'acteur comme élément central, la prise en compte des interactions entre les acteurs, l'approche systémique comme perception de la compréhension des échanges entre eux (Szafrajzen, 2010), les éléments contextuels (normes, temporalité, espace, projet identitaire de l'acteur), ou encore le partage de l'information. En ce sens, « *pour y être opératoire, le concept d'information doit être compris et utilisé dans un cadre plus systémique qui le relie à l'action via la connaissance : c'est le passage du savoir pour agir au connaître est agir* » (Moinet, 2011, p. 12).

La méthode de la sémiotique situationnelle peut être convoquée comme stratégie pédagogique et didactique permettant d'analyser les phénomènes communicationnels. Elle puise ses fondements théoriques dans l'approche compréhensive des phénomènes (et plus précisément

la sociologie compréhensive), l'ethnométhodologie, la phénoménologie, ainsi que l'approche interactionniste et située.

Il s'agit de comprendre comment un acteur, en observant un phénomène, fait émerger du sens en situation. C'est un travail de recontextualisation, en s'intéressant plus précisément aux « *communications généralisées significatives* » (Mucchielli, 2003) des acteurs (la problématique est celle de la genèse du sens partagé). L'acteur comprend un phénomène et lui donne une signification en mettant en relation ledit phénomène avec d'autres éléments de la situation. L'émergence de ces significations ne peut se faire qu'« *en situation en train de se faire* » et est liée à l'utilisation de l'interactivité comme moyen d'émergence (Leleu-Merviel, 2004). L'ensemble des actions des acteurs sociaux est replacé au cœur du phénomène à traiter. De ce fait, une action sera toujours analysée en interaction et au regard de sept contextes : temporel, spatial, sensoriel, enjeux, positionnements, normes, relations. C'est en ce sens que toute action est considérée comme contextualisée dans la mesure où chaque acteur sélectionne (en fonction de ses préoccupations et centres d'intérêts) des éléments pertinents de son environnement, faisant sens pour lui « *Ce processus de construction de sens est déclenché par l'inattendu, orienté vers l'action et sensible au contexte* » (Moinet, 2009a, p. 222).

En observant comment les acteurs agissent en situation à travers la réalisation de communications processus (Mucchielli, 2003), l'analyste comprend comment la situation prend un sens spécifique pour l'acteur. Ces communications processus interviennent sur différents contextes de la situation et font émerger la construction du sens de la situation pour l'acteur concerné.

Sachant que les acteurs d'une même organisation ne partagent pas toujours la même vision ou définition d'un même phénomène, la méthode de la sémiotique situationnelle a pour objectif de mettre en exergue ces contextes de sorte à reconstruire et faire émerger le sens final de la communication. Ces divergences de points de vue viennent tant des places et rôles tenus que d'autres facteurs comme l'éducation, le vécu, l'engagement, les enjeux. L'action d'un acteur étant largement influencée par la représentation qu'il se fait de la situation (Bouzon, 2010), le recours à cette méthode doit permettre à l'ensemble des acteurs de l'organisation de sortir de leur vision personnelle et individuelle de la situation de façon à prendre de la distance sur les interprétations et le sens qu'ils en donnent. En prenant de la hauteur sur la situation, l'acteur peut élargir son champ de vision et percevoir une vision de l'Europe bien plus globale, et bien plus complexe. C'est en présentant cette vision panoramique regroupant l'ensemble des points de vue de tous les acteurs qu'il devient possible de trouver des solutions pour parvenir à une sortie de crise, à travers notamment l'enseignement d'une vision commune, connue et partagée par tous les acteurs impliqués dans la situation. Pour ce faire, la méthode d'analyse se propose d'intervenir sur deux grands types de situations-problèmes : les situations au sein desquelles les acteurs ne parviennent pas à l'intercompréhension (malgré leurs échanges), et les situations où les acteurs manipulent des contextes pertinents pour d'autres acteurs, afin de faire changer d'attitude ou de comportement (Mucchielli, 2008).

C'est en ce sens que cette méthode d'analyse se veut être un véritable outil méthodologique mis à la disposition des professionnels de la communication (consultants, directeurs de communication, managers, responsables des systèmes d'information et d'Internet) pour comprendre, interpréter et faire évoluer des conduites et des phénomènes communicationnels

(Szafrajzen, 2011). Ainsi, la méthode d'analyse se veut véritablement une méthode constructiviste, compréhensive et qualitative ; en effet, observer la situation conduit à mettre en évidence la « *construction collective de sens* » (Moinet, 2009b) émergeant en situation et à dévoiler les significations pour les acteurs en présence.

Conclusion

A l'aune du XXI^{ème} siècle, les SIC semblent riches de sens pour comprendre l'économie dans un contexte de crise, notamment en s'intéressant au concept de crise informationnelle. L'abondance d'information et sa disponibilité permises par les technologies de l'information et de la communication auraient pu laisser penser à une période prolifique pour la macro-économie et les tenants du keynésianisme. Or, détenir des données en nombre ne suffit pas pour aider à la prise de décision (Rakoto, 2005) et résoudre les difficultés économiques ; il faut maîtriser ces données pour les convertir en informations pertinentes et utilisables par l'être humain.

Comprendre les crises aujourd'hui induit nécessairement le besoin de se doter de méthodes d'analyse des situations complexes permettant de comprendre les échanges se construisant entre les agents économiques (Moutouh, 2008).

C'est en ce sens que la méthode de la sémiotique situationnelle peut être convoquée comme stratégie pédagogique et didactique permettant de comprendre comment un acteur, en observant un phénomène, fait émerger du sens en situation en train de se faire (Leleu-Merviel, 2004). L'acteur comprend un phénomène et lui donne une signification en mettant en relation ledit phénomène avec d'autres éléments de la situation. En observant comment les acteurs agissent en situation à travers la réalisation de communications processus (Mucchielli, 2003), l'analyste comprend comment la situation prend un sens spécifique pour l'acteur.

L'action d'un acteur étant largement influencée par la représentation qu'il se fait de la situation (Bouzon, 2010), le recours à cette méthode doit permettre à l'ensemble des acteurs de l'organisation de sortir de leur vision personnelle et individuelle de la situation de façon à prendre de la distance sur les interprétations et le sens qu'ils en donnent (Szafrajzen, 2011). En prenant de la hauteur sur la situation, l'acteur peut élargir son champ de vision et percevoir une vision de l'Europe bien plus globale, et bien plus complexe. C'est en présentant cette vision panoramique regroupant l'ensemble des points de vue de tous les acteurs qu'il devient possible de trouver des solutions pour parvenir à une sortie de crise, à travers notamment l'enseignement d'une vision commune, connue et partagée par tous les acteurs impliqués dans la situation.

Cette problématique de crise informationnelle, aux cœur des problématiques actuelles de l'enseignement de l'économie, doit être considérée comme une question d'incommunication (Robert, 2005) dont l'Europe doit s'emparer, en proposant notamment des regards disciplinaires croisés offrant des stratégies pédagogiques et didactiques cohérentes.

Bibliographie

Allais M. 1999. *La crise mondiale d'aujourd'hui. Pour de profondes réformes des institutions financières et monétaires*, éditions Clément Juglar.

Babeau A. 2014. L'avenir de la science économique. *Commentaire*, n° 145, printemps 2014, p. 55-64.

Bouzon A. 2010. « Comunicación y organización. Orígenes y fundamentos de los trabajos científicos francófonos », In II Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigadores de la Comunicación (AE-IC), *Comunicación y desarrollo en la era digital*, 3 à 5 de febrero de 2010, Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga, 2010, 22 p.

Côté J.-F. 2006. « Communication sociale et communication culturelle : idéologie et transmission de sens du point de vue des sciences de la culture ». *Pensée plurielle*, 2006/1, n° 11, p. 21-42.

D'Almeida N. 2001. *Les promesses de la communication*. PUF, Paris.

Flamant M. 1985. *Les fluctuations économiques*. Collection Que sais-je ? PUF, Paris, 1^{ère} édition.

Flamant M., Singer-Kerel J. 1987. *Les crises économiques*. Collection Que sais-je ? PUF, Paris, 6^{ème} édition.

Haberler G. 1963. *Prosperity and Depression : A Theoretical analysis of Cyclical Movements*. 5th ed., New York : Atheneum.

Héas S., Poutrain V. 2003. « Les méthodes d'enquête qualitative sur Internet », *Revue en ligne de sciences humaines et sociales, Ethnographiques.org*, [en ligne], n° 4, novembre 2003, consulté en décembre 2006.

Huisman D. 1985. *L'incommunication*. Paris, Vrin.

Khaneman D. 2012. *Système 1 Système 2 Les deux vitesses de la pensée*. Flammarion.

Leleu-Merviel S. 2004. « Effets de la numérisation et de la mise en réseau sur le concept de document », *I3 : Information, Interaction, Intelligence, A Journal in the Sciences of Information Engineering*, vol. 4, n° 1, Paris, Cépaduès Editions, p. 121-140.

Le Marec J. 2001. « En guise d'épilogue Pratiques interprétatives : entre méthodes et sens commun », *Etudes de communication* [En ligne], n° 24, mis en ligne le 27 novembre 2011, consulté le 27 février 2012.

Le Moigne J.-L. 1995. *La modélisation des systèmes complexes*. Paris : Dunod, collection Afcet Systèmes.

Moinet N. 2009a. « De l'information utile à la connaissance stratégique : la dimension communicationnelle de l'intelligence économique », *Communication et organisation* [En ligne], n° 35, mis en ligne le 01 décembre 2012, consulté le 13 juillet 2014.

Moinet N. 2009b. « "Du savoir pour agir" au "connaitre est agir". L'intelligence économique face au défi de la communication ». *Les Cahiers du numérique*, n° 5/4, p. 53-78.

Moinet N. 2011. *Intelligence économique. Mythes et réalités*. CNRS Éditions, Paris.

- Moutouh J. 2008. A sistémica aplicada ao mercado do trabalho : (re)leitura das diferentes teorias do mercado do trabalho. *A Sistémica Qualitativa Uma Reflexao Nos Açores*, Centro de estudos sociais - Universidade dos Açores, p. 137-169.
- Mucchielli A. 2003. *La méthode du tableau panoramique pour l'étude des situations*. CERIC, Montpellier 3, février 2003.
- Mucchielli A. 2008. *Manuel pour le diagnostic systémique des relations humaines*. Le Moine Copiste, coll. De la connaissance à la compétence.
- Rakoto P. 2005. « Caractéristiques de l'information, surcharge d'information et qualité de la prédiction », *Comptabilité - Contrôle - Audit*, n° 1, tome 11, p. 23-38.
- Robert P. 2005. « De la communication à l'incommunication ? », *Communication et langages*, 4^{ème} trimestre 2005, n° 146, 16 p.
- Samuelson P.A., Nordhaus W.D. 2005. *Economie*. Paris, Economica, 18^e éd.
- Sandri, E. 2013. « La sérendipité sur Internet : égarement documentaire ou recherche créatrice ? ». *Cygne noir* 1. [En ligne], n° 1, consulté le 12 avril 2013.
- Schumpeter J. 1942. *Capitalisme, socialisme et démocratie*. Editions Payot, 1967, p. 119-125.
- Sfez L. 2001. « Interdisciplinarité et communication », *Cahiers internationaux de sociologie*, vol. 2, n°111, p. 341-349.
- Sfez L. 2010. *La communication*. Paris, PUF, coll. Que sais-je ?
- Simon H. 1947. *Administrative Behavior*. Macmillan, New York.
- Szafrajzen B. 2010. *Lecture communicationnelle de deux dispositifs d'apprentissage au sein d'un même département universitaire. Le cas de la licence en sciences de l'information et de la communication*, thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication, université Paul Valéry, Montpellier III, soutenue le 1^{er} décembre 2010.
- Szafrajzen B. 2011. Réflexions autour de la méthode dite de la sémiotique situationnelle fondées sur une recherche en communication des organisations, *Communication & Organisation*, n° 39, p. 183-194.
- Tirole J. 2014. La théorie économique de la régulation des licenciements. *Commentaire*, n° 145, printemps 2014, p. 65-72.
- Vacher B. 2009. « Articulation entre communication, information et organisation en SIC », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, vol. 2009, n° 1, p. 119-143.
- Watzlawick P., Helmick Beavin J., Jackson, D. 1967. *Une logique de la communication*. W.W. Norton & Compagny inc, New York, Paris, éditions du Seuil (traduction française, 1972).
- Winkin Y. 1996. *Anthropologie de la communication. De la théorie au terrain*. Paris et Bruxelles, DeBoeck Université, coll. Culture et Communication.