



HAL
open science

Sémiotique et communication au pays du numérique : de l'interface disciplinaire à la médiation

Eleni Mitropoulou, Cyril Masselot

► To cite this version:

Eleni Mitropoulou, Cyril Masselot. Sémiotique et communication au pays du numérique : de l'interface disciplinaire à la médiation. SÉMIO 2007: Rencontres Sémiotiques, Association Française de Sémiotique; Laboratoire DynaLang EA 3790, équipe Dynalang-SEM, Nov 2007, Paris, France. hal-04113376

HAL Id: hal-04113376

<https://hal.science/hal-04113376>

Submitted on 1 Jun 2023

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.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License

SEMIOTIQUE ET COMMUNICATION AU PAYS DU NUMERIQUE : DE L'INTERFACE DISCIPLINAIRE A LA MEDIATION

Eléni MITROPOULOU
MCF
Université de Franche-Comté
LASELDI
UFR SLHS, 30-32 rue Mégevand
25030 Besançon Cedex
eleni.mitropoulou@univ-fcomte.fr

Cyril MASSELOT
MCF
Université de Franche-Comté
LASELDI
IUT Besançon-Vesoul, 30 av. de l'Observatoire
BP 1559, 25009 Besançon Cedex
cyril.masselot@univ-fcomte.fr

Nous exposerons une réflexion sur les bénéfices de la dialectique entre *Sémiotique* et *Communication* dans le cadre de la formation aux métiers de l'édition numérique plus précisément de la fonction du responsable d'édition numérique en ligne : rédacteurs en chef en ligne, directeurs éditoriaux de services d'information en ligne, experts en conception de services multimédia... Si cette complémentarité disciplinaire semble « aller de soi » encore faut-il l'articuler habilement, puisque le succès d'un tel dialogue réside autant dans l'autonomie conceptuelle et méthodologique de chacune que dans la performance de leur interaction. En fait, il s'agirait de deux compétences pour une même performance, celle d'un profil professionnel syncrétique.

Par conséquent, nous ne pourrions convoquer les bénéfices de cette dialectique sans exposer les obstacles auxquels se heurte la construction de ce profil. Toutefois, il nous semble pouvoir postuler que la mise à l'écart de ces obstacles réside, justement, dans le fait que les deux passerelles pour le savoir scientifique - que sont la Sémiotique au sein des Sciences du Langage et la Communication au sein des Sciences de l'Information et de la Communication - ne sont possibles que dans le cadre d'une interaction-médiation.

La réflexion s'organise selon deux axes :

- 1 – comment l'introduction de la fibre sémiotique dans la construction de savoirs des pratiques professionnelles du numérique implique l'éclatement du technico-technologique au profit du culturel
- 2 – comment la conception de l'édition numérique sous l'angle d'un processus de communication systémique apporte le recul nécessaire aux seules propensions techniciennes de l'informatique au profit des contenus socio-culturels.

L'expérience prouve que l'exploration des distances disciplinaires permet au final d'exploiter les obstacles existants comme éléments moteurs afin de concevoir de nouveaux modes éditoriaux capables de prendre en compte les problématiques sociales et culturelles.

Mots-clefs : Numérique – Réception – Médiation – Appropriation- Pratiques

La thématique de ce congrès de l'Association Française de Sémiotique étant celle des interfaces disciplinaires et des pratiques professionnelles, Cyril Masselot et moi-même avons opté pour une réflexion sur l'interaction entre *sémiotique* et *communication* en matière de *formation* professionnelle. Pour convoquer ce rapport nous avons choisi l'exemple du public en voie de formation universitaire aux profils du numérique, ce qui nous conduit à aborder la dimension *professionnalisation* de la thématique générale du congrès de façon un peu décalée, peut-être ! En fait, notre proposition se situe « entre-deux » :

- la sémiotique comme expertise (préparatoire au terrain professionnel) et
- la sémiotique comme recherche fondamentale,

au profit de la sémiotique *enseignée pour être intégrée* dans une pratique professionnelle de la Communication hors recherche fondamentale.

1. Deux compétences pour une performance

Précisons sans tarder que, si la Sémiotique n'est pas une discipline au sens CNU (ce qui est bien le cas pour la Communication), toutefois elle est convoquée en tant que telle par Jean Claude Coquet dès les premières lignes de son texte dans « *Sémiotique L'École de Paris* » en 1982.

Dans la continuité de ces propos, j'entends par « interface disciplinaire » le rapport, et tel qu'il se constitue, sitôt qu'on décide d'observer le communicationnel comme *sémiotique-objet* en fonction d'une *sémiotique-projet*. Cette sémiotique décrit et analyse le « sens comme direction » [[Fontanille, 1998]] dans toutes ses manifestations même les plus abstraites, par conséquent telle qu'elle peut faire sens lors de la jonction entre l'appareil méthodo-conceptuel des sciences du langage et celui des sciences de l'information et de la communication que nous considérons *solidaires* [[au sens de Hjelmslev]]. « Qui décrit et qui analyse » tel que le configure Zinna [[2002]] en proposant l'analyse-description comme ce qui porte sur les dépendances homogènes d'une structure et la fragmentation-description comme ce qui porte sur les dépendances non homogènes.

Quant à l'application dans le domaine de la formation universitaire, il s'agit, pour Cyril Masselot et moi-même, de nous placer en position de *plongée* sur nos propres pratiques d'enseignement, éclairées par nos sensibilités théoriques respectives, afin d'adopter un méta-regard sur les atouts et les limites de la collaboration entre deux disciplines clairement identifiées cette fois (les sciences du langage et les sciences de l'info-com).

Un « méta-regard » est en fait la formule que j'ai utilisé pour évoquer le point de vue de l'analyste lors du colloque Pratiques sémiotiques en communication organisé à Dijon par le LIMSIC en juin 2007. Actuellement, où il est question de l'analyste qui donne à son action d'analyse une finalité instructrice, je parlerai plutôt de la sémiotique en communication comme épi-regard *en deux temps deux mouvements*, d'abord au dessus du processus de communication (donc *en dehors* du processus) et ensuite dans le processus en tant que fil porteur d'une médiation.

2. Sémiotique et Communication sur le fil de la médiation

Mais, de quelle formation s'agit-il précisément ?

Mise en place et développée depuis 1984, la formation en « Sciences du Langage et Communication » à l'Université de Franche Comté, a été associée à un parcours en Édition Numérique depuis 2002, parcours qui forme à la fonction du responsable d'édition numérique en ligne, selon les profils que sont le rédacteur en chef en ligne, le directeur éditorial de services d'information en ligne, ou encore l'expert en conception de services multimédia.

Aussi le profil du responsable d'édition numérique en ligne est de ceux que l'on peut caractériser de *syncrétique* : il implique l'acquisition de compétences pluridisciplinaires donc multiples et variées qui doivent contribuer à la mise en place d'une performance « globale par l'unification de compétences spécifiques ». Si d'autres formations appartiennent à cette sphère, en revanche ce n'est ni caractéristique de toute formation, ni relatif à une mosaïque de compétences si dense et qui, par ailleurs, sous-tend, souvent, un conflit interne à ces compétences. J'aimerais insister sur cette dernière remarque.

En effet, il est aisé de constater que bon nombre des étudiants (sinon tous !) qui intègrent cette formation sont convaincus soit de l'incompatibilité, soit de la futilité du lien entre technologique et idéologique. « Incompatibilité » parce que pour les étudiants (ayant le plus souvent de compétences solides en technologie de l'information) il existerait une relation de contradiction entre technologique et idéologique (de plus c'est comme si, le technologique mettait à l'abri de l'idéologique), « futilité » parce que la puissance technologique dans la mise en discours est telle que le technologique devient *transcendant*.

C'est à ce niveau, notamment, qu'intervient la *sémiotique en communication* comme une médiation à double effet, puisqu'elle porte, à la fois, sur une relation disciplinaire et sur la relation entre un public à former en fonction d'un savoir syncrétique en sémiotique de la communication, une sémiotique-processus. Il s'agit de la sémiotique puisant ses forces conceptuelle et méthodologique dans les fondements des sciences du langage et des sciences de l'information/communication et appliquée à l'analyse des enjeux du communicationnel (telle la vieille question mais toujours en actualité de l'asymétrie de la relation entre les deux pôles constitutifs du processus de communication).

Dans cette médiation à double effet, la sémiotique est ce troisième tiers « autonome, impartial et ayant comme seul pouvoir celui d'être perçu comme tel » [[Michèle Guillaume-Hofgung, 2005]]. La sémiotique est ce troisième tiers, d'une part dans l'analyse-description des dépendances homogènes de la relation Sémio-Com en acte (telle par exemple la présupposition réciproque : processus de communication / processus de signification par axiologisation), d'autre part dans la fragmentation-description des dépendances non-homogènes de la relation Sémio-Com, telle par exemple la prise en charge, ou non, du contexte de réception.

Toutefois, et à ce même niveau, l'importance de déterminer si c'est la sémiotique de sciences du langage ou la sémiotique des sciences de l'info-com - qui investit entre autres ce que Mucchielli appelle la sémiotique sociologique [[2000]] - s'éclipse ... devant l'importance de la mise en œuvre d'une sémiotique *de la prophylaxie* que nous pourrions désigner par sémiotique curative à la suite de la « *médiation curative* » [[Michèle Guillaume-Hofgung, *op. cit.* p.68]] qui présuppose l'existence d'un conflit. Quel est ce conflit face auquel il faut une sémiotique unie *dans et par sa finalité de prévention* ?

C'est celui qui oppose dimension technico-technologique et dimension culturelle et donc idéologique des produits numériques, relation que la sémiotique ambitionne de construire en passant, fatalement, par certaines dé-constructions préalables. Dans ces dé-constructions nous savons bien que la sémiotique est triple *vigilance* :

- elle met en garde, en l'occurrence en déstabilisant la priorité du technologique sur le culturel,
- elle inspecte, en l'occurrence l'axiologie du technologique dans ses enjeux communicationnels,
- elle surveille, en l'occurrence les implications culturelles de cette axiologie afin de décrire le technologique comme culturel expliquant qu'il s'agit toujours d'une technologie *cultivée*, c'est-à-dire qui relève de la culture.

Aussi, il me semble que nous traversons des moments médiatiques où les opinions sont plus que jamais clairement départagées : d'une part la doxa du roi-technologique, méga-

pratique vénérée comme par exemple par le dispositif web 2, d'autre part la doxa de la haute méfiance technologique qui avec le multimédia suit le pas du (vieux) débat de la télévision destructrice de la culture et de ses *bonnes* pratiques. Il me semble alors aussi, que la sémiotique-prophylaxie est de ce qui permet de garantir le maintien d'une relation hiérarchique entre technologique et idéologique et de sensibiliser les pratiques de la *conception* numérique dans leur rôle d'instructeur de pratiques de *réception* numérique tout en pointant les atouts culturels du technologique.

C'est dans cette tâche que le dialogue de type dialectique entre sciences du langage et sciences de l'info/com élèvent la sémiotique en médiation et qui fait que la sémiotique se constitue elle-même *interface* : elle devient cette espace d'un savoir-être et d'un savoir-faire syncrétiques mais dont les limites sont formées par les savoir-être et les savoir-faire de deux disciplines. Cet espace du savoir syncrétique est un espace issu de la médiation.

En effet, si les compétences enseignées sont notamment :

- en matière de documentation, de collecte, de traitement et de publication de l'information numérique
- en maîtrise des outils informatiques, notamment des langages multimédias utiles à la publication interactive de l'information
- en maîtrise de techniques scientifiques et professionnelles qui contribuent à l'élaboration de l'information brute collectée en information élaborée pour la publication

alors, il s'agit pour le faire-Sémiotique de se positionner en tant que médiateur dans l'interaction entre Technologies de l'Info/Com et Métier de l'Info/Com en intégrant la recherche d'information, de sa collecte, de son traitement, de son édition, de sa publication dans une relation de médiation qui opère dans le *devenir* : celui des nouvelles technologies comme dynamiques potentielles pour le communicationnel en nouvelles technologies génératrices de pratiques professionnelles au service de pratiques culturelles :

NTIC-savoir être →	Faire Sémiotique →	NTIC-savoir faire
<i>Mécanismes du communicationnel</i>	<i>Pratique scientifique</i>	<i>Pratique professionnelle</i>
<i>Processus de communication</i>	<i>Médiateur</i>	<i>Métiers de la communication</i>

Cette médiation participe de l'organisation hiérarchisée dans la syntagmatique *recherche, collecte, traitement, édition, publication de l'information* de l'unité « Edition en ligne » et devient grâce à la Sémiotique-médiateur un terrain pour la confrontation. Il s'agit du terrain pour la confrontation entre les savoirs (liés aux compétences notamment technico-technologiques, substantielles au profil de l'édition numérique en ligne) et la doxa que ces savoirs nourrissent. Le faire-sémiotique assume, alors, pleinement son rôle de *démystificateur*. Toutefois, rappelons que ce terrain est également celui de la transformation des compétences locales en performance globale, et faisons-le au moyen d'un exemple :

Prenons le cas de concepteurs de site internet dont la formation nécessite des savoirs notamment en matière de sélection et d'analyse de l'information, de graphisme, de programmation. Le faire-sémiotique est ce qui va permettre de mettre en place et ensuite en réseau des questionnements inter-savoirs :

- on ne peut pas penser une interface numérique sans penser les interfaces non numériques, il s'agit de la nécessité de procéder à une réflexion-analyse inter-médias
- on ne peut pas penser une interface numérique sans penser ses performances techniques en fonction de ses objectifs médiatiques. Il s'agit de poser la question de la spécificité communicationnelle du support : on ne peut pas définir les objectifs intra-média indépendamment d'une réflexion qui place le média entre les intentions de celui qui

« recherche, collecte, traite, édite, publication » bref de celui qui construit et diffuse l'information et celui qui la reçoit en fonction de la question de sa possession que ce sous forme d'attribution ou sous forme d'appropriation [[au sens de Greimas]]

- on ne peut pas penser une interface sans penser à la dimension symbolique de la communication et à la façon dont le média participe de cette symbolique : en effet, on n'est pas le même récepteur face à la technologie radiophonique, télévisuelle ou en ligne.

- enfin, et ce n'est point exhaustif, on ne peut pas penser une interface sans se poser la problématique de l'idéologie du médiatique et de ses enjeux socio-culturels.

3. Conclusion

C'est dans la construction de la performance globale du métier de l'Édition en ligne que la sémiotique-prophylaxie constitue une dé-construction. Le faire sémiotique assainit et protège à la fois en prévention primaire qui correspond à une déconstruction primaire par la mise en garde face aux évidences qu'elles appartiennent à l'idiosyncrasie, à l'opinion commune ou encore à la technologie. Dans cette prévention primaire le faire sémiotique se situe en amont et en aval du pathogène-doxa. Mais aussi en prévention secondaire : intervention du faire sémiotique pour déconstruire une pathologie déclarée, celle des accros à l'idéologie du technologique voire même en prévention tertiaire, celle des maladies chroniques, en l'occurrence les autistes du technologique.

C'est alors, à mon avis, la part sciences du langage qui favorise la déconstruction du processus de communication et la part sciences de l'information et de la communication qui favorise la reconstruction du processus en pratique.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

COQUET J.-C., 1982 – Sémiotique, L'École de Paris, Paris, Hachette Université

FONTANILLE J., 1998 - *Sémiotique du discours*, Limoges, PULIM

FONTANILLE J., BARRIER G., (sous la direction de) 1999 – *Métiers de la sémiotique*, Limoges, PULIM

FONTANILLE J., ZINNA A., (sous la direction de) 2005 – *Les objets au quotidien*, Limoges, PULIM

GUILLAUME-HOFNUNG M., 2005 – *La médiation*, Paris, PUF

JEANNERET Y., 2007 – La prétention sémiotique dans la communication, *Semen*, n°23, Besançon, PUFC

MITROPOULOU E., 2007 – *Sémiotique et Communication en nouvelles technologies*, *Semen*, n°23, Besançon, PUFC

ZINNA A., 2002 – *Décrire, produire, comparer et projeter. La sémiotique face aux nouveaux objets de sens*, *NAS*, n°79, 80, 81, Limoges, PULIM

Nous voulons questionner ici comment la conception de l'édition numérique sous l'angle d'un processus de communication systémique apporte le recul nécessaire aux seules propensions techniciennes de l'informatique au profit des contenus socio-culturels. L'expérience prouve que l'exploration des distances disciplinaires permet au final d'exploiter les obstacles existants comme éléments moteurs afin de concevoir de nouveaux modes éditoriaux capables de prendre en compte les problématiques sociales et culturelles.

Eléni Mitropoulou a présenté précédemment la formation en Édition Numérique initiée en 2002 à l'Université de Franche-Comté, dont le public nous sert d'exemple ici. J'aimerais pour ma part revenir dans un premier temps aux raisons qui ont conduit à la création de cette formation, afin d'en comprendre les liens avec la recherche fondamentale d'une part, et avec la recherche-action de l'autre, trois pôles d'intervention universitaire qui font le sel de nos métiers, réunis dans une relation de triangulation dépassant les deux missions traditionnelles de l'enseignant-chercheur. Les rapports entre approche technologique et approche idéologique des métiers du numérique en découlent directement, tout comme la "solidarité" entre Sémiotique et Communication.

1. Action sociale et culturelle : communiquer devient indispensable

Depuis 1996, diverses recherches en Communication m'ont conduit à m'intéresser tout d'abord aux domaines de l'action sociale et culturelle : ces deux mondes se sont en effet au fil du temps posé les mêmes questions sur l'identification des besoins réels des populations, ou encore, comment construire de nouvelles gouvernances sur la base de ces besoins plutôt qu'à partir d'idées préconçues souvent loin des préoccupations du quotidien des citoyens. À la manière de H. R. Jauss (Jauss 1978) et W. Iser (Iser 1985), on peut dire ici que l'horizon d'attente activé par les populations paraissait en décalage complet avec l'univers imaginé par les instances de décision politiques et financières. Beaucoup se sont également rendu compte que les disparités territoriales (au sens large, incluant les citoyens, donc leurs cultures, traditions, histoires etc.) nécessitaient une approche globale, systémique, articulée à une vision individuelle, des réalités sociales.

Jusque-là réservées aux grandes structures, les associations plus modestes (comportant deux ou trois salariés) se sont approprié ces interrogations, et ont réussi, grâce aux soutiens financiers locaux et surtout européens, à valoriser une part importante de leur activité sous forme de recherche-action, voire de recherche fondamentale, au caractère exploratoire. Les décideurs politiques, à ces diverses échelles, ont compris l'intérêt pour la collectivité d'investir dans des expérimentations parfois limitées à des territoires de taille réduite. Cela a permis de mener sur des terrains divers de mener un ensemble d'expérimentations, qui par effet de capillarité ont servi aussi bien les grandes administrations que de plus petites entités.

1.1 Des données aux actions

L'étude des besoins des populations concernées doit être effectuée dans un souci professionnel et scientifique, dont la première condition, double, est qu'elle soit adaptée à l'échelle d'intervention, et permanente. Nous passons donc de la notion d'étude contextuelle (du cadre environnemental, social et économique) unique, comme une photo instantanée, à celle d'observation permanente, où l'approche est thématiquement systémique, et régulièrement réitérée, à la manière d'un film. L'adaptation à l'échelle d'intervention suppose qu'une modélisation est possible, à condition de s'accompagner d'une méthodologie propre et argumentée. Pour mener à bien ces investigations dans ce cadrage spécifique, les acteurs

sociaux et culturels créent et développent des observatoires particuliers, dont les principales tâches consistent :

- à organiser la collecte et la structuration de l'information de leurs territoires (besoins des publics, ressources et services disponibles, données contextuelles),
- à produire de l'intelligence à partir des données collectées et informations construites,
- et enfin à utiliser ces informations pour inventer et réaliser des actions territoriales nécessaires et souvent innovantes.

Les deux premières étapes consistent à produire du sens (selon le cycle de la communication proposé par Mucchielli en 2003), c'est-à-dire à organiser le passage de la donnée à l'information ; la troisième étape n'est possible que si la consommation de l'information s'articule avec celle de la mise en relation, c'est-à-dire du processus de communication qui construit cette relation.

On obtient alors une procédure du type :

Données → Informations → Intelligence → Action.

Concrètement, l'observation d'un territoire permet de collecter des données, par nature informes (au sens de D. Bounoux (Bounoux 2001) et J. Perriault (Perriault 1989)), de leur donner un sens en les structurant (traitement de l'information, appel aux statistiques quantitatives et qualitatives, à l'analyse du discours, interprétation), puis de les utiliser comme ingrédients dans de nouvelles actions de terrain.

Par exemple, la réhabilitation de logements vétustes est une action menée dans une zone (infra communale) où l'observation a mis en évidence des problèmes de salubrité (beaucoup de vieux logements mal isolés et humides), donc de santé (les conditions de vie provoquent des problèmes ORL), donc d'emploi (les problèmes de santé entraînant souvent des baisses ou pertes d'activité), donc de pauvreté (perte d'emploi, perte de revenus)...

1.2 Observation, Information, Communication

Traditionnellement, les bureaux d'études chargés d'une mission de ce genre opèrent "en laboratoire" sans contact direct avec le terrain, sans immersion réelle, et rendent ensuite comme objet final un rapport d'étude, dont les qualités ne sont pas scientifiquement en question ici, mais dont l'abord semble souvent indigeste. Nombre de ces rapports finissent dans un tiroir et ne sont pas ou peu concrètement exploités. La condition de leur exploitation passe souvent par un accompagnement expert, onéreux et chronophage.

En réaction, les acteurs sociaux choisissent parfois d'être partie prenante dans le processus d'observation territoriale, ce qui a donné lieu à un adage facile : les acteurs deviennent auteurs. Une double problématique s'impose alors : ils doivent convoquer à la fois les procédures de traitement de l'information et les processus de communication. En effet, l'acte d'observation en lui-même conditionne la création de la donnée, ce qui ne peut avoir lieu en dehors des divers contextes des processus de communication (temporel, spatial, social, relationnel, physique et sensoriel, culturel). La production du sens créant l'information est en partie déterminée par les intentions et objectifs de communication, et dépend des méthodes de traitement utilisées.

La prégnance des sciences de l'information et de la communication est alors forte. Ces acteurs s'en rendent compte par nécessité : la qualité de leurs décisions et des actions mises en place prend maintenant en compte ces deux dimensions. Le besoin de financement inhérent au fonctionnement des structures présuppose également l'élaboration de plans de communication différents selon les publics, devant faire appel à plusieurs champs de la discipline (communication scientifique, vulgarisation, médiation, communication interne, externe, de crise, événementielle...). La tendance des observatoires territoriaux serait alors de "se

vendre", de penser la communication comme un acte de commercialisation avant d'en trouver les avantages fonctionnels. Ces besoins en traitement de l'information et en maîtrise des processus de communication donnent naturellement lieu à l'utilisation de l'édition numérique comme procédé structurant, et comme outil de communication.

1.3 Du terrain à la formation en Édition Numérique

Intervenants en tant qu'experts auprès de ces acteurs, plusieurs chercheurs ont orienté leurs recherches dans ces directions. Le traitement de l'information est à ce jour le domaine le plus avancé, même si l'adaptation constante aux évolutions sociétales commande de continuer à investiguer et conceptualiser. Les processus de communication sont cependant la plupart du temps peu connus, et/ou peu utilisés. Les produits de communication construits par les acteurs sont alors souvent réalisés de manière empirique, souvent par des non-spécialistes, et le critère principal d'évaluation utilisé répond à un esthétisme de surface dont les fondements ne sont pas interrogés, surtout lorsque l'urgence professionnelle ne laisse aucune possibilité d'expérimentation. Les impératifs de gestion d'une structure, quelle que soit sa taille, exigent de répondre aux cinq critères d'évaluation transversaux servant d'objectifs positifs à atteindre (recommandés par la Commission Européenne dans le cadre de l'évaluation des programmes européens) :

- efficacité (atteindre l'objectif fixé)
- efficacité (dépendance de moyens pour atteindre l'objectif fixé)
- pertinence (qualité de la relation entre l'objectif et les besoins adéquats),
- cohérence (toutes les parties forment un ensemble et contribuent à sa réussite),
- impact (résultats obtenus sont liés au projet et pas au contexte),
- accessibilité (processus clair et compris par tous),
- acceptabilité (freins, accompagnement au changement).

Ces critères soumettent les acteurs sociaux à une forte pression, qui parfois a pu négliger les problématiques informationnelles et communicationnelles au profit d'un résultat immédiat, du type du très pragmatique "un 'tien' vaut mieux que deux 'tu l'auras'"... Attitude qui prévaut encore souvent dans les mondes sociaux et culturels.

Le recours à des agences de communication ne résout pas toujours ces problèmes : certaines restent sur des productions où l'empathie l'emporte sur le sens, d'autres réalisent un minimum d'habillage graphique en omettant ces questionnements... Rares sont celles qui conçoivent leur intervention dans un espace communicationnel systémique, où les sciences du langage ont leur place à part entière.

On trouve dorénavant à des coûts tout à fait acceptables des compétences en réalisation technique d'outils de communication, de la simple plaquette de présentation au site internet dynamique et foisonnant ; les agences privées, elles aussi soumises à la loi du marché, interviennent dans un cadre commercial défini, qui permet rarement le droit à l'erreur, mais qui ne permet pas non plus de passer trop de temps à garantir le résultat... Les clients (ici, nos acteurs) sont habitués à ce type de relation, et lors de nos études nous avons pu constater que la plupart des interfaces informatiques proposées (logiciels ou sites internet), en tout cas dans leur apparence immédiate, ne rebute pas *a priori* leurs utilisateurs, même lorsqu'elles ne respectent aucun critère ergonomique de base. Elles ne les emballent pas pour autant, lorsqu'elles sont bien faites : ce qui importe, c'est avant tout que le système fonctionne, qu'il enregistre les données, qu'on puisse les retrouver, et, pour le dire simplement, qu'on puisse tirer un bilan quantitatif des saisies effectuées. Beaucoup d'acteurs travaillent sur des interfaces extrêmement mal faites, soit parce qu'ils n'ont pas le choix, soit parce qu'ils sont habitués ; dans les deux cas, ils sont prêts à ne pas en tenir compte à condition que le système remplisse ses fonctions.

De nombreuses études ont cependant démontré que l'ergonomie conditionne réellement l'interface mise en mouvement dans une instance de communication, en tant qu'hypermédia interactif, et surtout les conditions de réception. Les critères d'évaluation ergonomique (Bastien et Scapin 2001) permettent une approche psycho-cognitive et pragmatique intéressante, à utiliser, qu'il convient de compléter d'une approche communicationnelle qui prenne en compte les processus dans son ensemble. On se retrouve donc la plupart du temps avec des outils de communication soit "bricolés", soit réalisés dans l'optique de la satisfaction immédiate du client, mais rarement dans le souci de l'accompagner jusqu'aux évaluations européennes. La relation commerciale est souvent dans l'accomplissement du présent, sans penser (et sans entrer dans des considérations éthiques) que si le client n'existe plus parce que sa communication était mauvaise, cela fera un client de moins... Subsiste à tout cela un réel manque d'intérêt, de questionnement, sur la relation entre le fond et la forme, et sur leur interdépendance.

L'exploration de ces problématiques dans plus de vingt-cinq observatoires créés et accompagnés en Europe nous ont convaincu de la nécessité d'améliorer les pratiques en amont de l'intervention territoriale : notre objectif de formation n'est pas de modifier les cœurs de métier des acteurs sociaux, mais de leur fournir les méthodes et outils qui leur permettront de mener à bien leur mission dans un contexte dorénavant mondialisé aux problématiques connexes. La formation évoquée ici a pour principal objet l'édition numérique, qui structure de manière liée l'information et la communication, convoquant ainsi les sciences du langage dans leur globalité, et les sciences humaines dans leurs spécificités. Il a alors été possible d'identifier les points de formation nécessaires : gestion de projet, langues vivantes, informatique, et sciences du langage, en particulier la sémiotique et les sciences de l'information et de la communication.

2. SIC et formation en édition numérique

Tout comme il n'est pas question dans cette formation de toucher aux savoirs professionnels sociaux ou culturels, il n'est pas non plus envisageable d'élaborer un énième cursus pour "faire des sites web". Réduire l'édition numérique à sa dimension internet ne convient pas non plus, dans la mesure où les pratiques actuelles en édition recouvrent tous les outils de communication classiques (comme nous l'avons vu, de la plaquette au livre, en passant par les affiches et les sites internet). Le passage par le numérique s'est démocratisé au point que le mode de conception de ces produits de communication s'est techniquement transformé sans toujours prendre en compte les modifications comportementales, tant en position d'acteur de l'émission que d'acteur de la réception. On se retrouve alors face à des réalisateurs qui s'adaptent aux technologies du numérique dans leurs pratiques quotidiennes, parce que les impératifs économiques le leur imposent, en omettant de re-conceptualiser du point de vue des sciences du langage le processus global. À la manière de ce que nous avons pu observer dans les années 90 lors de l'arrivée des Hypermédias, où l'on a pu voir "mettre" le Bescherelle sur CD-ROM sous forme hypermédia, sans d'une part évaluer l'objet initial, ni repenser les contenus dans un nouveau concept. Le monde informatique a su se positionner sur ces aspects techniques du numérique, en développant de nouveaux tuyaux, pompes et robinets, mais sans s'intéresser aux contenus, à la qualité de l'eau ni aux usages qui en découlent. C'est sur ce point qu'interviennent particulièrement les sciences du langage, pour filer la métaphore, depuis la source jusqu'aux conséquences des usages de ces contenus.

2.1 Monde universitaire : constats

La genèse de cette formation a été également une opération de communication intéressante dans la confrontation des univers professionnels et scientifiques : les divers collègues enseignants venant d'horizons particulièrement distincts, un langage commun restait à élaborer. Les tendances liées à la gestion comme à l'informatique n'avaient pour objectif premier que la réalisation technique et concrète d'outils de communication numériques. Le résultat importait plus que le contenu. Il fallait que "ça" fonctionne, que "ce" soit beau (selon quels critères ?) ; la prise en compte de l'utilisateur final dans le cadre de la formation fut le résultat de moments de conviction argumentée. L'apport des études en ergonomie semblait aller de soi pour les informaticiens sensibilisés mais non experts du domaine. La notion d'IHM était entendue sous l'angle technicien : comment réaliser des interfaces homme-machine qui fonctionnent. Ici aussi, les sciences du langage ont pu apporter un soupçon d'interdisciplinarité en convoquant les sciences cognitives afin de moduler le "I" initial en "Interfaces et Interactions", ce qui permet alors de prendre en compte la pluralité des éléments en jeu dans une instance de communication. Réunir dans une même formation des disciplines aussi diverses est un enjeu permanent, tant les tendances techniciennes sont prégnantes. Encore une fois, beaucoup de formations apprennent à programmer des produits multimédia de bonne qualité ; d'autres forment les étudiants à créer des interfaces esthétiquement attractives. Il manquait réellement une formation prenant en compte les contenus, de leur collecte à leurs transformations par les usages. Par nature, le monde enseignant est respectueux des avis des pairs, il a donc été possible sinon de convaincre totalement en tout cas d'élaborer un plan de formation homogène selon ces points de vue.

Les publics étudiants ont été parfois plus conservateurs. Fait social, ce qui est retenu de l'intitulé du parcours est la notion de "numérique", ce qui est rapidement traduit par le public par sites internet. Beaucoup de candidats à la formation étaient alléchés par l'idée d'apprendre les techniques, sans maîtriser ce qu'une "mise en ligne" suppose en termes de conception communicationnelle, trait commun avec plusieurs collègues enseignants. Pour beaucoup d'individus, publier un article en ligne revient à une chaîne éditoriale simplissime : transformer un fichier texte au format portable lisible par tout ordinateur (le format pdf d'Acrobat), puis par un lien sur une page web, le rendre téléchargeable par tout le monde. Cela ne présuppose aucun travail éditorial réel, ni avant la mise à disposition du texte, ni lors de sa consultation... Les étudiants des premières promotions sont venus de formation pour la plupart technicienne, d'IUT en informatique ou en "Services et Réseaux de Communication" ou encore de formations en infographie. La programmation informatique est en général un de leurs points forts, comme le maniement des logiciels de PAO et DAO qui est privilégié dans leurs formations initiales sur les contenus mis en page, ou sur l'importance de la mise en scène.

L'effet social et culturel du numérique a donc pendant longtemps desservi les sciences du langage, perçues comme une contrainte quasiment inutile aux objectifs de formation.

2.2 Édition numérique : un processus de communication systémique

Il est pourtant inévitable de se poser la question du sens et de ses corollaires lorsque l'on prétend réaliser des objets de communication instanciés.

Dans cette optique, l'*approche systémique, compréhensive*, est à mon sens utile pour développer une attitude positiviste et dynamique : il s'agit ici de prendre en compte l'ensemble des relations agissant entre les acteurs, leurs structures, et les conséquences possibles ou manifestes des instances de communication. Leur conception s'insère dans une multiplicité de modèles de perception différents, dont il convient d'avoir conscience, qu'il est utile de repérer et d'analyser. La phase de concertation sur l'objet à réaliser suppose que l'on soit capable d'en

imaginer l'instanciation, ce qui se révèle impossible sans un minimum de bagage théorique en sciences du langage, sans un minimum d'ouverture à la volonté de compréhension des actes communicationnels en cours. Le lien avec la gestion de projet est donc naturel. Les étapes d'analyse institutionnelle doivent par exemple être en mesure de fournir une partie des éléments de connaissance nécessaires, comme les enjeux structurels et individuels, qui permettent alors d'élaborer une grille de lecture (un horizon d'attente) pour chaque partenaire en lice, en fonction de son rôle dans le système en place.

Il faut donc contextualiser tout acte de communication dans un système communicationnel englobant, et en comprendre les contextes particuliers à chaque source, comme le laisse entendre A. Mucchielli (Mucchielli 2001) :

"Proposer une « approche communicationnelle compréhensive » d'un phénomène, ce sera donc analyser le phénomène comme élément d'un système « en action » composé d'acteurs et d'objets cognitifs externes et comme élément contribuant, dans un mouvement circulaire, à l'émergence d'un autre phénomène."

Il est également primordial d'insister sur la prise en compte globale et individuelle des situations initiales (mais régulièrement réévaluées) des compétences et acquis des acteurs de la communication. Tout comme en didactique, où l'élève n'est pas une ardoise vierge, ces acteurs ont chacun des connaissances préalables qui leur sont propres, individuelles et structurelles. Dans l'optique de l'approche globale des principes de communication de cette démarche, il est plus qu'utile de recenser, connaître et analyser les procédures habituelles, les actes de communication existants : établir donc un état des lieux complet, et le retravailler régulièrement. La communication mise en place doit être considérée dans un système englobant également les procédures de communication de chaque acteur, et de chaque institution. On voit ainsi des pratiques passant d'un mode à l'autre, moyennant adaptation structurelle, reformulation, et évaluation.

Les chercheurs de l'École de Palo Alto ont explicité la pluralité des niveaux de communication contenus dans un message. Toute information comporte une double face : un contenu explicite et un contenu implicite. Toute communication comporte toujours une "métacommunication" exprimée par le ton employé, les expressions et les attitudes qui viennent se greffer sur le contenu premier du message (verbal + non-verbal). La forme prise par le message constitue en elle-même un message.

C'est donc un concept utile aux acteurs de la communication comme outil d'analyse des pratiques, et donc essentiel à la conception des instances en devenir. Comprendre ces divers modes de communication (les siens, et ceux des publics cibles) est utile en conception comme en amélioration des processus recherchés. On peut donc organiser, dans chaque instance de communication (colloque, réunion, séminaire, production de plaquettes d'information, site internet etc.), un espace d'expression dédié à une analyse de la métacommunication : qu'est-ce que la forme de ma communication communique comme éléments supplémentaires que je ne maîtrise pas ? Que donne-t-elle comme informations connexes ? Puis-je adopter une attitude de communication qui me permette d'être en adéquation avec cette métacommunication, et selon les instances ? Un processus signifie qu'il existe une valeur ajoutée, une transformation (un travail) d'une situation en une autre : que va réellement changer cette instance de communication ? Autant de questions que l'on doit s'amener à poser pour analyser, et pour s'aider à communiquer ce que l'on souhaite réellement. Ce sont des procédures proches de la systémie, proches également du management de projet (où l'on s'interroge sur ces points), que les acteurs du monde social et culturel intègrent assez rapidement (souvent plus facilement que les étudiants), mais que l'urgence du quotidien fait facilement disparaître au profit de l'action immédiate et non réflexive. Or analyser uniquement la "frange" communicative d'un discours peut-être riche de renseignements sur les pratiques professionnelles et la vision du monde.

Dans cette optique, si l'on se pose la question de l'inscription de l'édition numérique dans un cycle de communication tel que décrit par Mucchielli (Mucchielli 2001), il faut chercher à comprendre les transformations opérées sur les données initiales en informations, la production du sens donc, ainsi que la mise en relation de ces informations avec les publics (étape dite de communication), et leurs usages (consommation des deux dimensions) dont la résultante est la matérialisation du sens (où interviennent les théories de la réception).

Ces interrogations, en résumé, nous ont semblé primordiales dans une formation en édition numérique, en ou hors ligne : elles font donc partie des enseignements de base dès la licence (première année du parcours) jusqu'au Master 2.

2.3 Sciences du langage : complémentarité interne

En s'inscrivant en complémentarité des points précédents, une notion tend à en diffuser un aspect qui se développe en même temps que les pratiques liées à internet : la e-sémiotique, appelée aussi sémioNet, que l'on devrait d'ailleurs renommer, en incluant les dimensions informationnelles et communicationnelles.

L'évolution des modes de communication implique la nécessité d'une maîtrise permanente du sens produit par les différents supports utilisés et diffusés. Une connaissance approfondie et évolutive des motivations et attentes des publics cibles est donc devenue particulièrement importante dans l'optique d'un usage raisonné de produits multimédias inscrits dans une politique communicationnelle cohérente et réfléchie.

La conception et le suivi d'utilisation de systèmes d'information multimédia (logiciels, CD-ROMs, sites Internet et autres supports) font appel depuis plusieurs années à l'analyse ergonomique afin d'optimiser notamment le rapport homme-machine instauré. Or, l'application de cette seule méthode n'est pas suffisante pour appréhender pleinement des rapports tels que celui qui unit le texte à l'image, les interactions qui gouvernent les variables visuelles ou encore les jeux qui s'installent entre les différentes isotopies.

Il s'agira ici d'utiliser ce que la sémiotique, en complément des éléments vus ci-dessus, peut apporter à la conception et à l'analyse de systèmes d'information multimédia ("on et "off-line") en exploitant les articulations et complémentarités possibles entre analyse ergonomique et analyse sémiologique.

Dans cette optique, nous nous attachons à étudier la déclinaison des valeurs et du positionnement des contenus portés par le système d'information multimédia, en relation avec l'analyse des images renvoyées vers les utilisateurs. Nous nous appuyons principalement sur les récentes recommandations de P. Stockinger (MSH Paris), mais également sur les méthodes d'analyse de l'image fixe et/ou animée préconisée par JM. Floch (Floch 1995), le groupe μ , Eco etc. Sur le site "Sémionet" (<http://semioweb.msh-paris.fr/>), nous trouvons l'explication suivante de ce type d'analyse, à laquelle nous souscrivons :

- élaborer un méta-langage de description cohérent et explicite pour effectuer une telle tâche;
- produire de descriptions multi-dimensionnelles d'un site (i.e. des descriptions qui tiennent compte du fait qu'un site web peut être - au moins en principe - "lu", "compris" et "utilisé" de manières différentes mais toujours dans les limites des deux contraintes réciproques : contraintes "structurales" relatives à la spécificité interne d'un site et contraintes "pragmatiques" relatives aux besoins, intérêts ou désirs de ses visiteurs)
- indexer, classer et "annoter" de sites web à des fins multiples : constitution de portails, production d'archives, "augmentation" et "enrichissement" d'une ressource en ligne, réutilisation dans d'autres contextes d'exploitation, ...);
- proposer une méthodologie de "scénarisation" (i.e. à la spécification d'un scénario conceptuel) de sites web à développer lors d'un projet d'information;

- contribuer à la mise en place d'une typologie tenant compte des caractéristiques structurales et pragmatiques d'un site;
- contribuer à une meilleure compréhension de ce que c'est la "culture numérique", la "cyber-culture" à travers une connaissance de l'organisation et de la dynamique évolutive des sites web;
- expliciter la notion centrale du "genre numérique" tout en tenant compte de la tradition des genres textuels et des spécificités propres au numérique.

Ces principes sont opérationnels et utilisables avec d'autres productions communicationnelles. Nous analysons également les composantes suivantes :

- définition d'un territoire de communication : type(s) de relation(s) construite(s) avec les destinataires de la communication, implication du lecteur, niveau d'abstraction, personnalisation
- forme : ton, style, degré de proximité, choix des typographies, utilisation des gammes chromatiques (articulation entre dominante et complémentaires)...
- iconographique : décodage des signes et symboles, sujets et référents, traité visuel, couleurs, impact,...
- expression : construction du discours (chemin de fer), cohérence, complémentarité, redondance, disparités, pertinence des sujets traités et de leur ordre d'apparition, nature et efficacité de l'argumentation, stratégies argumentatives, parcours de lecture ou de navigation, rapport texte/images, codes visuels et hiérarchisation
- schéma narratif : on raconte une histoire dans le temps (cf. métacommunication) : comment ? Pourquoi ?
- construction des références, du savoir, du monde, repérage des valeurs véhiculées, analyse du traitement rédactionnel et de la politique d'illustration
- effets de sens induits par des éléments matériels et organisationnels : caractérisation stylistique d'un support dans son type de mise en page, sa dimension signalétique, format et papier utilisé, titre, Une, sommaire, rubriques
- organisation des niveaux sémantiques du discours (choix paradigmatiques révélateurs) : qualification des registres de discours employés, registre de vocabulaire, niveau de langue, thèmes dominants et secondaires, notions mises en avant et notions évitées, univers de référence préemptés, et isotopie ("trait commun à au moins deux unités (sémantiques) situées sur l'axe syntagmatique" (Bougnoux 2001)), qui permet d'analyser les relations (et les effets) de sens existant entre des unités mises en relation sur un même plan d'expression ou dans un système).

L'objectif concret est d'obtenir une vision de la représentation du monde, et des idéologies sous-jacentes véhiculées par les actes communicationnels, car comme le soulevait Louis Althusser (Althusser 1968) :

"L'idéologie fait organiquement partie, comme telle, de toute totalité sociale. (...) Les sociétés humaines sécrètent l'idéologie comme l'élément et l'atmosphère même indispensables à leur respiration, à leur vie historique. (...) L'idéologie n'est donc pas une aberration ou une excroissance contingente de l'Histoire : elle est une structure essentielle à la vie historique des sociétés."

Pour reprendre les expériences évoquées précédemment, ces analyses sont enseignées afin d'être menées sur les outils composant par exemple un observatoire territorial (en lien avec les autres types d'évaluation comme l'IHM) :

- système d'information multimédia (site internet, déclinaison CD-Rom ou DVD-Rom), dans ses diverses étapes et composantes
- diagnostic : guide de recueil de données, logiciels, tableaux de bord, bilans, graphiques, documents divers comme des rapports, documents de présentation publique

- répertoire des ressources : formulaires, publication sur site, procédures de saisie, documents de restitution des résultats, publication papier, exploitations statistique
- études contextuelles : cartes, publication dynamique en ligne, cartouches et légendes, commentaires, graphiques...
- réunions et supports de ces réunions diverses (ateliers, association, comité de pilotage)
- demande de subvention, appel d'offre...

L'interdisciplinarité devient donc nécessaire à l'approche communicationnelle de la conception des instances citées, en faisant intervenir des notions qui fonctionnent en système. Cette approche pourrait se modéliser ainsi :

1. Objectifs et intentions de communication :
 - a. Contexte général du plan de communication (théorie des processus de communication de Mucchielli (Mucchielli 1998), distinguant sept contextes)
 - b. Grille de Lasswell (Lasswell 1948 : qui, dit quoi, à qui, par quels moyens, avec quels effets)
 - c. identification des leaders et suiveurs (Lazarsfeld 1952)
2. Analyse structurelle : mise en scène et topographie (P. Stockinger et C. Masselot 2006)
3. Isotopies (Bougnoux 2001) aboutissant à des réseaux de signification
4. Horizon(s) d'attente activé(s) (Jauss et Iser, ib.) ou non et Territoire de communication qui en découle
5. Schéma narratif et mises en relations (apports de la sémiotique mais aussi de la linguistique, en convoquant notamment les fonctions du langage de R. Jakobson).

On voit ici une nette complémentarité interne aux différentes disciplines des sciences du langage, qui a déjà fait ses preuves dans le cas des observatoires mentionnés, mais aussi pour l'accompagnement de projets de communication de collectivités territoriales (comme la Mairie de Besançon par exemple), où la prise en compte réelle des problématiques sociales et culturelles devient l'axe directeur des services de communication.

Conclusion

La difficulté réside encore à l'heure actuelle dans une certaine frilosité voire animosité à rendre ces notions concrètement exploitables en situation professionnelle. Le monde marchand impose un rythme aux acteurs qui ne permet que rarement d'organiser dans un temps raisonnable ces analyses, en conception comme en évaluation. Dans le cas des acteurs territoriaux (observatoires, collectivités, services de l'État) l'urgence sociale à laquelle ils sont confrontés s'accroît par la notion de rentabilité sociale. Dès lors, l'articulation avec les pouvoirs financeurs devient difficile : les moyens financiers et humains nécessite une inscription dans une pérennité qui permet de monter des projets sur trois ou cinq ans, indépendants de la pérennité des structures. Cette temporalité permet de se tromper, d'embaucher, de déployer des ressources spécifiques, de prendre le temps d'élaborer un projet réel de système d'information et de communication. Or beaucoup de structures travaillent à l'heure actuelle dans des conditions de précarité réelles, avec des salariés en contrats temporels ou à l'essai, avec des subventions limitées dans le temps, des modes de gouvernance qui ne laisse que peu de place à l'innovation. Nos disciplines sont à leur tour soumises à un réel besoin de modélisation systémique, et doivent pouvoir se faire entendre sur le terrain comme dans les formations en édition numérique.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

ALTHUSSER L., 1968 - *Pour Marx*, Paris, Maspéro.

- BASTIEN, J. M. C., & SCAPIN, D. L., 2001. "Évaluation des systèmes d'information et Critères Ergonomiques.", In C. Kolski (Ed.), *Systèmes d'information et interactions homme-machine. Environnement évolué et évaluation de l'IHM. Interaction homme-machine pour les SI* (Vol. 2, pp. 53-79). Paris : Hermes.
- BOUGNOUX D., 2001 - *Introduction aux sciences de la communication*, La Découverte, collection Repères, 2^otrimestre.
- FLOCH J-M., 1995 - *Identités visuelles*, Collection Formes Sémiotiques, Paris, PUF.
- ISER W., 1985 - *Der Akt des Lesens*, Trad. E. Sznycer, coll. Philosophie et Langage, Liège Pierre Mardaga Éditeur.
- JAUSS H. R., 1978 - *Pour une esthétique de la réception*, Paris, Gallimard
- LASSWELL H. D., 1973- "Structure et fonction de la communication dans la société", in *Sociologie de l'information*, dir. BALLE Francis et PADIOLEAU Jean-Gustave, Paris, Hachette,
- LAZARFELD P. F., 1952 - *The People Choice, how the voter makes up his mind in a presidential campaign*, New-York, Columbia University Press
- MASSELOT C., 2006a - "Systèmes d'information territoriaux et politiques sociales : quand l'observation territoriale s'empare du net", *15ème Colloque de la Société Française des Sciences de l'Information et de la Communication*, Bordeaux
- MUCCHIELLI A., 1998 - *Théorie des processus de communication*, Paris, Armand Colin
- MUCCHIELLI A., 2003 - *Les sciences de l'information et de la communication*, Paris, Hachette
- PERRIAULT J., 1989 - *La Logique de l'Usage, Essai sur les machines à communiquer*, Paris, Flammarion