



HAL
open science

Approche épistémologique de l'itinéraire communicationnel pris par l'intervention sociale en Sciences et Techniques des Activités Physiques et Sportives

Alain Schoeny

► **To cite this version:**

Alain Schoeny. Approche épistémologique de l'itinéraire communicationnel pris par l'intervention sociale en Sciences et Techniques des Activités Physiques et Sportives. Xe Congrès International de la Société de Sociologie du Sport en Langue Française, Université de Bordeaux, May 2019, Bordeaux, France. hal-04333953

HAL Id: hal-04333953

<https://hal.science/hal-04333953>

Submitted on 10 Dec 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.

Approche épistémologique de l'itinéraire communicationnel pris par l'intervention sociale en Sciences et Techniques des Activités Physiques et Sportives

Alain SCHOENY

Enseignant et chercheur-associé

Collegium Sciences et Techniques – UFR STAPS – Management du Sport
CEDETE (EA 1210), Université d'Orléans

Axe retenu n° 5

Si l'étude des communications suscite une grille d'analyse à vocation pragmatique pour l'intervention en sciences de l'éducation appliquée aussi bien pour la formation des étudiants du parcours « éducation et motricité », « activités physiques adaptées », « entraînement sportif » ou encore « management du sport » (MS), la portée heuristique de leurs processus et interprétations semble peu investie. Même si « *l'intervention conçue comme lieu déplacé du collectif institué permet l'analyse des normes et représentations des systèmes organisés telles qu'elles sont intériorisées par les acteurs sociaux* » (Giust-Desprairies, 2015 : 195), l'absence de questionnement sur « *la genèse du sens* » (Mucchielli, 1998 : 26) des communications laisse encore sans réponse la compréhension de son « *partage entre acteurs* » (*ibid.*). Cette problématique large (Paillé, 1996), qui demeure un enjeu de la communication (cf. CNU, 71^{ème} section), permet de rendre plus efficiente l'« action sport » et, plus précisément, celle en MS. En effet, pour ce dernier, la communication est alors plus identifiée comme un levier du marketing (*e.g.* partenariats sportifs...) dans la majorité des recherches et des études (Desbordes et Richelieu, 2011).

L'objectif de cette communication est d'apporter un éclairage singulier à « *l'extension du concept de transfert dans le champ de l'intervention (...) en revisitant la notion [« de logique d'échanges » Tribou, 2002 : 10] » (Giust-Desprairies, *op.cit.*). Pour le MS, comme pour les autres parcours de formation, il s'agit de dépasser le processus linéaire d'influence attribué à une situation d'échange. Trop « simpliste », cette vision mécanique de la communication amène à des analyses synergologiques très critiquées par leurs faiblesses épistémologiques et dans leurs applications (Lardellier, 2008). Centrées sur l'accumulation d'informations, les études sur la « communication par le sport » ont permis de structurer et de synthétiser des connaissances jusqu'ici produites autour de problèmes de rationalité et d'instrumentalisation de ce moyen d'échanges par les sciences de gestion (Schoeny, 2011), alors plus centrées sur l'information que sur la communication épistémologiquement (Le Bœuf, 2008).*

Aussi, si l'action (motrice) est un élément au cœur des STAPS, le passage d'un paradigme positiviste et à celui subjectiviste de la communication permet d'intégrer la notion de « communication-en-acte » (Mucchielli, 2004) dans l'analyse de situations propres à nos disciplines. Pour ce travail, il est donc nécessaire d'étudier des flux et leur interprétation en fonction de lieux ainsi constitués, rapprochant la géographie de la communication et « *[ouvrant] un nouveau champ d'investigation pour aborder l'organisation de l'espace* » (Verlaque, 1985 : 13).

Ce rapport entre communication et géographie enrichit la prise en compte des pratiques sportives (3SLF, 2019). A l'aide d'un dispositif participatif pour mobiliser le personnel sur le

thème du changement, un séminaire d'entreprise de type "*team building*" sert d'objet d'étude. Les résultats, parcourant approches et paradigmes différents de la communication, mettent en évidence le travail complexe de ses processus sur des contextes de la situation dans laquelle se trouvent les acteurs (accrobranche, course d'orientation et baby-foot humain).

Références bibliographiques

- Giust-Desprairies, F. (2015). De la portée heuristique du transfert dans l'intervention sociale. *Nouvelle revue de psychosociologie*, 20 (2), 195-212.
- Mucchielli, A. (2000). *La nouvelle communication* (éd. 2004). Paris : Armand Colin.
- Tribou, G. (2002). *Sponsoring sportif*. Paris : Economica.
- Verlaque, C. (1985). Pour une géographie de la communication. *Revue Géographique de l'Est*, 25 (1), 13-32.