

Editorial

Le présent numéro spécial de la Revue *İletişim* de la Faculté de Communication de l'Université Galatasaray est basé sur le thème "Représentations Sociales et Communication". Ce numéro thématique avait pour objectif de réunir des chercheurs de différentes branches appartenant à diverses universités afin d'établir une collaboration pluridisciplinaire.

Nous voudrions remercier pour cette publication l'Université Galatasaray, fondée en 1992 sur la base d'un accord bilatéral entre la France et la Turquie dont l'une des missions essentielles est d'œuvrer au rapprochement interculturel. Nous adressons nos plus vifs remerciements à la Doyenne de la Faculté de Communication, Madame le Professeur Özden Cankaya qui nous a généreusement offert sa confiance en nous déléguant la coordination de ce numéro spécial. Nous remercions également les experts du Conseil Scientifique et les auteurs pour leur précieuse contribution. Nous sommes particulièrement reconnaissantes à Madame le Professeur Lucy Baugnet pour sa préface instructive.

Nous espérons que vous aurez autant de plaisir à lire ce numéro spécial que nous en avons eu à l'éditer. Nous souhaiterions renforcer cette collaboration dans un futur proche...

Jale MİNİBAŞ POUSSARD
Nazlı ÜLBAY AYTUNA
İstanbul, 2009

Préface

Lucy BAUGNET

Professeur en délégation auprès du CNRS
lucy.baugnet@wanadoo.fr

Moscovici dès sa recherche fondatrice sur les représentations sociales, proposait d'étudier l'image sociale d'un objet nouveau et controversé telle qu'elle se dessine dans la presse française. Le développement du travail par analyse de contenu permettait de proposer des modalités contribuant à la formation des représentations sociales à savoir des systèmes de communication, définis en termes de processus d'influence (source, message et cible) aux caractéristiques et fonctions diverses : la diffusion, la propagation et la propagande, dans leurs liens respectifs aux opinions, attitudes et stéréotypes.

Si l'importance actuelle des médias dans la constitution et les transformations des représentations sociales ne peut plus, aujourd'hui, être contestée, son approche opérationnelle a su être renouvelée, à la fois par le développement de la théorie des représentations sociales et par celui de l'analyse du discours, et par leur rapprochement. En effet, d'un côté, les travaux sur l'ancrage social, à savoir, l'insertion sociale et l'appropriation par les groupes d'une représentation sociale forgeant une connaissance partagée du sens commun, ses principes organisateurs ont été développés dans de nombreuses recherches qui indiquent les liens entre positionnement et représentations sociales. De l'autre, le développement d'un courant de recherche sur l'analyse du discours permet de répondre à une exigence depuis longtemps clamée et souvent reprise sous différentes formes: réintroduire le discours dans le processus psychosocial de la communication ; mieux encore, de proposer un dispositif opérationnel adapté à l'étude des représentations

sociales qui tiennent compte du discours comme produit dans un contexte à la fois microsocial et macrosocial.

Les médias sont généralement conçus comme des sources d'information à visée plus ou moins informative et/ou persuasive. Ils participent à la constitution des savoirs ordinaires sur les objets nouveaux ou débattus et aux transformations du sens commun. Les informations qu'ils développent, les jugements qu'ils portent, les réflexions qu'ils émettent expriment à la fois un agencement qu'il soit rhétorique ou sous forme d'organisation interne et un positionnement (spécificité relative à l'organisation externe). Dès lors, le produit discursif se doit d'être examiné dans ses processus de production, processus à la fois linguistiques et sociaux.

Un produit discursif peut être composé de textes rédigés ou de paroles prononcées lors d'un processus de communication. Dans cette perspective, l'article de presse peut, comme le discours de sujets, être considéré comme type de discours à analyser à la fois dans ses caractéristiques linguistiques et dans celles de la situation sociale dans laquelle il est produit. L'attention du chercheur se porte dès lors à la rencontre de ces deux exigences, à l'interface où le sujet se trouve et énonce son discours comme structure verbale parlée ou écrite et comme représentation sociale de son environnement.

Les articles de ce numéro ont choisi comme objets de représentation sociale des pratiques qui restent, aux yeux du grand public, relativement méconnues, énigmatiques : la pratique de l'euthanasie et des soins palliatifs, la fécondation assistée, les catacombes, les stages sportifs out door ou encore l'inquiétante étrangeté de l'anonymat lors de la pratique du Web. D'autres portent sur des phénomènes et événements en rupture avec l'ordre apparent des choses, qu'il s'agisse d'exploits sportifs exceptionnels, d'événements historiquement extraordinaires tel l'intégration de la Turquie à l'UE ou qu'il s'agisse, plus banalement, de faits inattendus telle l'existence d'un rugby féminin dans des milieux traditionnellement masculins ou fortuits : la présence de victimes dans les médias.

De fait, la pensée représentationnelle s'exerce lorsqu'il s'agit de saisir, de s'accommoder et d'appriivoiser le nouveau, l'inconnu et d'y faire face. Elle s'apparente, par ses aspects imagés et symboliques et par ses fonctions aux croyances, à l'imaginaire, aux mythes. Les représentations sociales, comme mode de pensée du sens commun (à l'instar de certaines de ses modalités tel le contenu des stéréotypes, ou à la façon des théories implicites de la personnalité) ont pu être qualifiées d'entachées d'erreurs ou de biais. Cela fût le cas par le modèle de cognition sociale du traitement de l'information, ou encore par rapport à la logique rationnelle. La logique de la pensée représentationnelle est sociale et répond à des enclassements sociaux. Ainsi, par exemple, en tant que pensée ordinaire du sens commun elle se distingue de la pensée scientifique et du savoir expert. Ses modes de connaissance

imageants sont le sceau à la fois du cognitif et du social, des ancrages de l'individu dans ses appartenances spécifiques, communautés culturelles aux valeurs et normes plus ou moins collectivement partagées.

Qu'il s'agisse de discours d'individus, d'articles de presse, de séquences de journaux télévisés, de tracts, de dialogues ou forum sur Internet, matériel ici étudié, les analyses indiquent que les représentations sociales aident ceux qui les partagent à orienter et à justifier leurs actions ; leurs fonctions sont à ce titre non seulement cognitives mais pragmatiques. Elles expriment les rapports sociaux et leurs enjeux, définissent les identités des groupes et collectivités en présence dans le champ social. Et les objets, socialement investis, objets de débats et de controverse cristallisent des modalités d'attitudes (par exemple, plus ou moins favorables) et de rapports entre groupes (par exemple, positions plus ou moins engagées).

Si les représentations sociales en tant que principes régulateurs constituent des cadres pour la pensée et l'action, elles procèdent de systèmes symboliques d'interaction. Ceci implique que ces cadres puissent aussi être mouvants, changeants dynamiques comme l'a montré toute une série de travaux sur les transformations des représentations sociales.

Le travail d'objectivation scientifique de la pensée ordinaire, par des méthodes rigoureuses d'analyse des discours et du contenu des représentations, permet de mieux expliquer les modalités spécifiques de l'expression des représentations sociales dans les communications. Ce faisant ces travaux étudient quelles en sont les spécificités. Ils contribuent de façon précise à des problématiques plus générales : Comment les communications concourent-elles à notre connaissance du monde ? Quels traitements portons-nous à l'information médiatique ? De quelle manière les discours servent-ils et justifient-ils les causes des organisations sociétales ?

L'intérêt de jeunes chercheurs pour ces problématiques est en soi un gage pour l'avenir de la discipline.

