

Projet pour un centre de recherches de la situation des communications dans la région "Provence - Côte d'Azur".

.-.-.-.-.-

- (1) Propos: fournir une "carte" de la situation pour qu'on puisse y intervenir sans avoir recours à l'empirisme qui caractérise toute intervention ponctuelle, et donc carente de vision d'ensemble.
- (2) Méthode: appliquer des catégories d'analyse fournies par la théorie de la communication à la situation concrète.
- (3) But: élaborer une base pour une formulation postérieure d'une politique concernant la situation des communications.
- (4) Durée: Juillet, août et septembre 1978

.-.-.-.-.-

Quoique les données de la situation des communications soient connues par tous ^{ceux} qui sont concernés, cette connaissance ne résulte pas en vision générale, par manque d'un support théorique. Par exemple: si je connais, dans tous ses détails, la situation de la presse provençale sans rapport avec la situation des musées ou des écoles secondaires provençales, ma connaissance de la presse sera trompeuse, et toute intervention basée sur une telle connaissance peut avoir des conséquences contraires à celles désirées.

La théorie fournit des catégories de connaissances très diverses, mais on propose d'en utiliser deux types seulement: celles qui concernent la structure des communications, et celles qui concernent les codes qui portent les messages. L'avantage d'une telle méthode est qu'on ne soit pas obligés à des distinctions peu commodes comme ~~xxxx~~ la distinction entre communications politiques, scientifiques, culturelles, pédagogiques, économiques, sociales etc., et que l'on puisse avancer directement au centre concret de la situation. Par exemple: si je considère un match de foot ball "communication sportive" et un discours d'un homme public "communication politique", je cours le danger de perdre de vue qu'il s'agit, dans les deux cas, d'une seule forme de communication. Autre exemple: si je considère un spectacle théâtral à l'Opéra de Marseille et l'enseignement de la langue française à des immigrants des "communications culturelles", je cours le danger de perdre de vue qu'il s'agit de deux formes de communications totalement incomparables.

Si les catégories ici proposées sont appliquées à la situation, deux types de recherches s'imposent: (a) ~~xxxx~~ ~~catalogue~~ un catalogue des structures des communications en vigueur, avec les problèmes posés par chacune d'elles. (b) Une analyse des messages communiqués du point de vue des codes. Exemple de (a): Quel est le problème d'une bibliothèque ~~qui essaye de faire passer le message en dir~~

qui essaye de faire parvenir le message vers le lecteur, malgré la structure centripetale de toute bibliothèque, ou: quel est le problème d'une presse qui se veut régionale, malgré la structure ouverte sans horizon de toute irradiation centrifugale. Exemple de (b): quel est la relation de la peinture traditionnelle avec les images techniques dans les affiche ou: quel est le rôle des textes sur les pancartes dans le contexte des autoroutes? On espère qu'une telle application de ces catégories revele-
ra une vision nouvelle et moins superficielle de la situation.

.....

Categories de la recherche:

A: Structurelles:

I: Centripetales: (le recepteur se dirige vers la source)

(1) Théâtres: au sense propre, écoles, salles de conférences, concerts, bibliothèques, musées etc.

Climat: responsabilités, ouverture vers le dialogue

(2) Amphithéatre: Cirque, foot-ball, cinéma, rassemblement politique, manifestations dites "publiques" etc.

Climat: sensations, fermeture ~~vers~~ ^{du} le dialogue

(3) Arbres: Laboratoires de recherches, comités, clubs, commissions administratives etc.

Climat: dialogues et décisions.

(4) Pyramides: Entreprises, partis politiques, églises, armées, circulations routières, syndicats etc.

Climat: autorité et hierarchie.
Le message se dirige vers le recepteur

II: Centrifugales: Elles sont, toutes, amphithétarales.

Presse, cinéma, TV, affiches, vitrines, surfaces des villes, supermarchés etc.

Climat: isolation, massification

B: Codes:

I: "traditionels": images, gestes, musique, parole parlée, etc.

Signification: la réalité existente et désirée

II: "textes": messages alphabétiques, en codes scientifiques, mathématiques, en somme: linéaires.

Signification: explications de la réalité

III: "techno-images": cinéma, vidéo, photographie, images sur affiches, vitrines, feux rouges, codes de circulation etc.

Signification: applications des messages des textes

.....

Le centre ici proposé aura donc besoin d'un groupe de chercheurs, (des professionnels des structures de communications étudiées et des étudiants), qui cueilleront les données dans le filet des catégories mentionnées, et d'un groupe qui synthétisera ces données pour en faire un document utilisable pour des décisions futures. Étant donné l'absence de communicologues

dans la région, le centre se propose, collatéralement, de faire prendre conscience d'un tel manque. Le documents à être élaborer peut servir, aussi, de bases pour des recherches plus profondes dans le futur. Aucun équipement spécial concernant les recherches n'est envisagé.

On propose l'époque estivale comme période de déelaboration du projet, étant donné la spécificité de la région: lieu d'évènements de communication du type "festivals", "animations", "tourisme" etc., ce qui permet une récolte plus riche de données.

Aucune proposition d'action future sera envisagée: le but est fournir des données organisés, sans porter de jugements.