

## Table des matières

<b>Introduction</b>	
<i>Stéphane Olivesi</i> .....	5
Première partie	
TECHNIQUES D'ENQUÊTE ET MÉTHODES	
<b>L'observation : méthodes et enjeux</b>	
<i>Philippe Le Guern</i> .....	13
L'enquête ethnographique : contextualisation et définitions	14
<i>Les origines de l'enquête de terrain</i> .....	15
<i>Les principales caractéristiques de l'enquête de terrain</i> .....	17
Mener une enquête .....	19
<i>Le choix du terrain</i> .....	19
<i>La relation au terrain</i> .....	21
Entrer et s'installer sur le terrain .....	23
Observer et noter .....	25
L'exploitation des résultats .....	27
<i>L'analyse des données</i> .....	27
<i>Le compte rendu d'observation</i> .....	30
Conclusion .....	31
<b>L'entretien. Une technique et quelques-unes de ses « ficelles »</b>	
<i>Jean-Baptiste Legavre</i> .....	35
Un préalable : assumer le bricolage .....	38
Commencer le travail .....	39
<i>Prendre résolument contact</i> .....	40
<i>Assouplir le guide d'entretien</i> .....	42

<i>Enregistrer</i> .....	45
Prendre conscience du rapport de force pour mieux en jouer .....	46
<i>Un dialogue peu ordinaire</i> .....	47
<i>Faire émerger la conscience discursive</i> .....	51
<b>Introduction aux méthodes quantitatives en sciences de l'information et de la communication</b>	
<i>Pascal Froissart</i> .....	57
L'approche quantitative en SIC .....	57
<i>Le choix du quantitatif</i> .....	58
<i>La construction de l'outil</i> .....	59
<i>Le repérage des obstacles</i> .....	60
L'outil de mesure .....	62
<i>Principes directeurs pour l'élaboration d'un questionnaire</i> ..	63
<i>Le nombre d'individus</i> .....	65
<i>La représentativité de l'échantillon</i> .....	66
<i>Appliquer l'outil de mesure</i> .....	67
L'exploitation des données .....	68
<i>Extraire et épurer les données</i> .....	68
<i>L'analyse descriptive des résultats</i> .....	70
<i>L'analyse inférentielle des résultats</i> .....	70
La présentation des résultats .....	71
Et pour finir... ..	74
<b>Le recueil et l'exploitation des données secondaires dites de « deuxième main »</b>	
<i>Dominique Carré</i> .....	77
Une critique récurrente .....	79
Pour une meilleure prise en compte des données secondaires dans les recherches .....	80

Réutiliser des données : deux postures .....	82
<i>Les sondages d'opinion</i> .....	82
La posture de recherche .....	82
Connaissances théoriques et conceptuelles .....	83
Prérequis méthodologiques .....	84
Savoir lire les résultats avec discernement .....	86
Production de connaissances obtenues .....	88
<i>L'analyse des pratiques culturelles des Français</i> .....	89
La posture de recherche .....	89
La démarche retenue .....	89
Production de connaissances obtenues .....	92
Conclusion .....	93

## **Recherche documentaire et traitement de l'information**

<i>Geneviève Lallich-Boidin</i> .....	95
Positionnements et définitions .....	96
Construction de représentation .....	99
<i>Du choix de l'unité représentée</i> .....	99
<i>Quelles représentations?</i> .....	100
<i>Méthodes informatiques de représentation</i> .....	101
<i>Les méthodes linguistiques</i> .....	102
L'activité de recherche documentaire .....	105
<i>Le modèle de Mizzaro</i> .....	105
<i>Le modèle de Rouet</i> .....	106
<i>Étude linguistique : verbalisation des lacunes</i> .....	108
Dialogues, interfaces et collections .....	109
<i>Les médiations sans verbalisation</i> .....	110
<i>Le bouclage de pertinence</i> .....	111
<i>Le modèle du « chercheur »</i> .....	111

## Sources historiques et archives de la communication

<i>Roger Bautier, Élisabeth Cazenave</i> .....	115
La dimension diachronique .....	116
<i>Relativiser les changements</i> .....	116
<i>Envisager la complexité</i> .....	118
La dimension synchronique .....	119
<i>Analyser les articulations</i> .....	119
<i>Considérer la globalité</i> .....	121
La multiplicité des sources .....	123
<i>Confronter les pratiques et les représentations</i> .....	123
<i>Envisager l'ensemble des types de sources</i> .....	124
Les archives numérisées .....	127
<i>Exploiter les potentialités du texte électronique</i> .....	127
<i>Cerner la spécificité des sons et des images numérisés</i> .....	130

## La sémiologie: une posture et des démarches

<i>Guy Lochard, Jean-Claude Soulages</i> .....	135
Identité et permanence d'une posture .....	136
La diversification des démarches .....	139
<i>Une sémiologie des indices</i> .....	139
<i>La rencontre du cinéma et de la narrativité</i> .....	142
<i>La confrontation à la télévision</i> .....	144
La télévision de continuité et l'étude des dispositifs .....	146
<i>La mise en scène verbale</i> .....	147
<i>La mise en scène visuelle</i> .....	148
<i>Monstration et montré</i> .....	148
Conclusion .....	150

**Analyses logométriques et rhétorique du discours**

<i>Damon Mayaffre</i> .....	153
Pratiquer la logométrie: mode d'emploi .....	154
<i>Les corpus textuels</i> .....	155
D'abord, les corpus logométriques sont clos .....	155
Ensuite, les corpus logométriques sont contrastifs .....	156
Enfin, le corpus est homogène .....	157
<i>Les unités du texte</i> .....	158
<i>Les outils: articuler quantitatif et qualitatif</i> .....	160
Les outils documentaires .....	160
Les outils statistiques .....	163
Comprendre la logométrie: enjeux et attentes .....	171
<i>Dépasser la lecture empathique des textes</i> .....	171
<i>Valeur descriptive et valeur heuristique du traitement logométrique</i> .....	172
<i>Dépasser la méthode hypothético-déductive</i> .....	173
Connaître les offres logicielles .....	175
<i>Lemmatiseurs et analyseurs syntaxiques</i> .....	175
<i>Les logiciels de logométrie</i> .....	176
<i>Les développements à venir</i> .....	178
Conclusion: pour une lecture alphanumérique des textes .	178

**La sociologie de l'énonciation**

<i>Jean-Pierre Esquenazi</i> .....	181
Trois modèles d'enquêtes .....	183
<i>La science en action</i> .....	183
<i>Les insultes rituelles</i> .....	185
<i>Making news</i> .....	187
<i>Éléments communs de méthode</i> .....	189
Questions directrices pour l'analyse de l'énonciation .....	190
<i>Qu'est-ce qu'un acte de langage?</i> .....	190

<i>Qui sont les protagonistes de l'activité énonciative?</i> .....	192
<i>Où est le sens?</i> .....	194
<i>De quoi parlent les énoncés?</i> .....	195

## Deuxième partie

## MÉTHODOLOGIE ET ÉPISTÉMOLOGIE

**Le langage saisi par la communication**

<i>Jean-Claude Soulages, Stéphane Olivesi</i> .....	201
Représentation et signification : esquisses de généalogie pour les SIC .....	202
<i>Le statut du langage dans l'archéologie des sciences humaines</i> .....	203
<i>Méthodes d'interprétation versus techniques de formalisation</i> .....	207
<i>De l'ère des positivismes à l'hégémonie structuraliste</i> .....	209
Les alternatives théoriques et méthodologiques .....	210
<i>Un outil relationnel</i> .....	211
<i>La prévalence de la réalité sociale</i> .....	213
<i>Le discours en son ordre</i> .....	214
<i>La subordination de la signification discursive à un modèle d'interprétation pragmatico-cognitif</i> .....	215
L'analyse des discours, carrefour obligé de disciplines? .....	217
<b>Le travail du concept. Théories, modèles, catégories</b>	
<i>Stéphane Olivesi</i> .....	221
L'abstraction raisonnée .....	221
<i>L'abstrait et le concret : une fausse opposition?</i> .....	222
<i>Max Weber et la construction d'idéaltypes</i> .....	223
<i>L'oubli de l'abstraction : « terrain », « groupe », « corpus » ..</i>	225
Modèles et catégories .....	229
<i>Deux modèles pour les SIC : modèle sémiologique des mythologies, modèle socio-économique des industries culturelles</i> .....	230

<i>Champ, configuration, dispositif: l'usage de catégories</i> .....	232
Du concept .....	235
<i>Les illusions du concept ou les leurres de la généralité</i> .....	235
<i>Pour une pratique nominaliste</i> .....	238
<b>Le raisonnement scientifique</b>	
<i>Emmanuel Pedler</i> .....	241
Pour analyser la communication (sans risque) .....	242
<i>Mettre à distance l'ethnocentrisme des acteurs engagés dans la pratique</i> .....	242
<i>Mettre à distance la bulle spéculative propre à chaque théorie: de la construction de l'enquête à la maîtrise généalogique des cadres théoriques</i> .....	247
Questions d'épistémologie pour des sciences non expérimentales .....	251
<i>Le langage de la description: la place centrale de l'induction</i> .....	251
<i>Controverses scientifiques: une thèse peut-elle être réfutée? L'exemple de Sur la télévision, de Pierre Bourdieu</i> .....	253
<b>Le travail d'objectivation</b>	
<i>Jacques Le Bohec</i> .....	259
Les conditions de la recherche .....	260
<i>L'ambition scientifique</i> .....	260
<i>La problématique</i> .....	263
La construction de l'objet .....	265
<i>Les prismes disciplinaires</i> .....	265
<i>La nécessaire distanciation</i> .....	267
Le métier de chercheur .....	271
<i>Un système d'habitudes intellectuelles</i> .....	271
<i>Le rapport au terrain et/ou corpus</i> .....	275

Troisième partie  
REPÈRES PRATIQUES

**La recherche en information et communication comme praxis**

<i>Bernard Miège, Isabelle Pailliant</i> .....	281
Du projet au sujet et à la problématique .....	283
<i>La recherche bibliographique</i> .....	284
<i>Les personnes ressources</i> .....	285
<i>Le contexte initial</i> .....	286
Le dispositif de recherche et sa mise en œuvre .....	288
<i>La formulation d'hypothèses</i> .....	289
<i>Approche qualitative/approche quantitative</i> .....	290
<i>La déclinaison pratique des méthodes qualitatives</i> .....	291
L'étape d'exploitation .....	293
La rédaction du mémoire ou de la thèse .....	294
La soutenance et la valorisation des résultats .....	300

**Les institutions de la recherche en SIC**

<i>Hélène Cardy</i> .....	303
Les principaux repères institutionnels .....	305
<i>Le Conseil national des universités</i> .....	306
<i>Les associations de la recherche</i> .....	309
<i>Les aires de recherche</i> <i>(nationale, francophone, internationale)</i> .....	312
Les moyens de diffusion de la connaissance .....	314
<i>Les revues</i> .....	314
<i>Les ouvrages</i> .....	317
Les lieux de productions de la connaissance .....	319
<i>Les écoles doctorales</i> .....	319
<i>Les équipes de recherche</i> .....	321