

IV. LA PSYCHOLOGIE SOCIALE, PASSAGE OBLIGÉ DANS LES ÉTUDES DE COMMUNICATION

Geneviève Paicheler

Srikant Sarangi

Helene Joffe

Joanna Nowicki

Quelques études empiriques sont ici présentées qui posent des questions méthodologiques et/ou théoriques, relatives à la communication. Qu'il s'agisse de communication publique sur le Sida, de discours professionnels dans des conseils médicaux en génétique, de risque ou encore de construction identitaire européenne, on constate que le retour à la psychologie sociale s'impose à travers des notions comme celles d'influence (pour le Sida), d'interaction (pour les conseils médicaux en génétique), de représentations sociales (pour le risque) et enfin de relations entre groupes (pour l'identité européenne). Ainsi, la psychologie sociale devient un passage obligé dans les études de communication: le regard psychosocial, s'il n'est évoqué, inspire les problématiques posées, renchérit sur des concepts issus de la psychologie sociale et permet le renouvellement des approches présentées.

Loin d'être seulement prestataire de services, la psychologie sociale se révèle en quelque sorte incontournable pour traiter de la transformation des pratiques relatives à la santé (discours, actions de prévention), à la prise de risque (savoirs de sens commun) et à la construction identitaire (relations inter-groupales).

La perspective heuristique qui fonde les recherches en communication se trouve alors nécessairement articulée à une perspective psychosociale car elle désigne la construction de sens dans le relationnel et l'interactif, dans l'élaboration commune de savoirs, issus non seulement des médias mais aussi de la confrontation entre individu et société sur des sujets particulièrement sensibles de l'espace social et politique. Au-delà du cognitif, les tensions de cet espace permettent par ailleurs des repositionnements individuels et groupaux qui désignent le rapport évident au politique de la communication comme de la psychologie sociale.

Birgitta Orfali