

ANNEXE I

LA CORDE DE LA COMMUNICATION

Une corde est composée de fils et de ficelles qui se dédoublent et s'entrecroisent en un tout qui garantit la solidité de l'ensemble. Dans un ouvrage précédent (Dacheux 1998), nous avons identifié huit "fils" qui s'entremêlaient pour constituer la "corde de la communication". Le but de ce travail épistémologique n'était pas d'établir un nouveau modèle de la communication humaine, mais d'illustrer la complexité de la communication en rendant visible certains des multiples constituants qui la composent. Ici, toujours dans le but de rendre palpable l'ambivalence et la diversité des phénomènes rentrant en jeu, nous allons reprendre ce travail sur des bases nouvelles. Précisons, tout d'abord, que notre recherche porte sur la communication humaine et non sur la communication entre machines, cellules chimiques ou plantes végétales. Notre déconstruction met en lumière quatre axiomes :

1-Toute communication s'inscrit dans un contexte. La communication n'est pas réductible à la relation qui s'instaure entre des individus singuliers, puisqu'elle met toujours en scène, un "tiers symbolisant" (Quéré, 1982). En effet, toute communication n'est possible que si elle s'insère dans un complexe symbolique pré existant (le langage par exemple) à la relation. Pour le dire autrement, le contexte historique, géographique, social et culturel constitue un cadre interprétatif qui participe à la construction du sens de la communication. Ce contexte, précise Jean Marc Coletta (Coletta, 1997), est tout à la fois donné (le cadre de la relation tel qu'il pourrait être décrit par un observateur extérieur) et construit (le cadre de la relation tel qu'il est intériorisé par chacune des personnes en relation).

2-La communication est très profondément ambivalente. La communication, comme l'atteste l'étymologie de ce mot, possède deux dimensions que l'on peut séparer pour l'analyse, mais qui sont constamment présentes dans l'activité communicationnelle : le partage, l'échange, la convivialité que l'on retrouve dans la "communication normative", la transmission, la diffusion, l'instrumentation que l'on range sous l'appellation "communication fonctionnelle" (Wolton, 1997). Mais, nous semble-t-il, cette ambivalence est encore plus profonde, puisqu'on la retrouve au sein même de la communication fonctionnelle et de la communication normative (que nous préférons appeler communication "relationnelle"). En effet, ces deux dimensions antagonistes recouvrent également des registres opposés qui ne cessent de s'entrelacer : l'égoïsme et l'altruisme. Le premier registre renvoie au désir d'expression et à la recherche de soi; le second fait référence au don de soi et à la compréhension de l'autre. Cette ambivalence "ontologique" explique pourquoi notre déconstruction est purement théorique et ne peut pas prétendre décrire parfaitement la réalité empirique. En effet, dans cette dernière, tous les phénomènes communicationnels mêlent toujours dimension fonctionnelle et relationnelle et entrecroisent les registres altruiste et égoïste. Par exemple, une publicité télévisée pour le port de la ceinture de sécurité peut, selon notre travail, s'analyser aussi bien comme étant une communication persuasive de prévention dans l'intérêt général (dimension fonctionnelle, registre altruiste), qu'une communication rationnelle demandant à l'individu de protéger sa vie (dimension fonctionnelle, registre égoïste), qu'un rappel d'un certain nombre de normes régissant la vie sociale qui s'appuie sur le talent des personnes ayant réalisé le spot (dimension relationnelle, registre égoïste), etc.

3-Toute communication met en oeuvre quatre critères. Les deux ficelles doubles de la communication sont composées de filins qui s'entremêlent. Ces filins sont au nombre de quatre qui, eux-mêmes, se divisent en deux fils (deux modalités) qui, à leur tour se décomposent en de nombreux brins. Ces quatre critères sont :

a-*L'espace*. Toute communication humaine met en relation des personnes qui, soit sont dans le même espace (modalité présentielle), soit ne le sont pas (communication à distance).

a1-Communication présentielle. Dans ce type de communication les personnes en relations sont dans un périmètre circonscrit à ce qu'Edward T. Hall nomme la "distance publique mode proche", c'est-à-dire, en Occident, environ 3,6 m (Hall, 1984) : messes basses amoureux, conversation entre deux amis dans un café, échanges de points de vue avec un collègue de bureau, etc.

a2-Communication à distance. Communication entre personnes situées au-delà de la "distance publique mode proche" : cours dans un amphithéâtre (distance publique mode éloignée), échanges de signaux de fumée entre deux tribus, courrier électronique entre chercheurs de l'hémisphère Nord et de l'hémisphère Sud, etc.

b) *Le temps*. Les individus peuvent diffuser des messages, partager des émotions, échanger des savoirs dans le même temps (communication synchrone) ou d'une manière différée (communication asynchrone).

b1-Communication synchrone. Toutes les communications où l'émetteur et le récepteur sont dans la même temporalité sont des communications synchrones : retransmission en direct d'un match de foot, palabres sur un marché, avertissement d'un cibiste à ses collègues, etc.

b2-Communication asynchrone. Communication où l'émetteur et le récepteur ne sont pas dans la même temporalité. Diffusion d'une émission radio enregistrée, lettres enflammées échangées par des amants, testament, etc.

c) *La technique*. Une communication peut s'établir sans l'intermédiaire d'aucun support technique (communication directe) ou, au contraire, passer par le truchement d'un support (communication médiatée).

c1-La communication directe. Elle met en relation par l'intermédiaire de la voix, du geste, de la posture, de l'expression corporelle (danse, mime, etc.), de l'odorat, du toucher, etc.

c2-La communication médiatée. Elle relie des hommes par divers supports techniques qui vont du simple porte voix au satellite de diffusion directe, en passant par les mass media (télévision, cinéma, radio, presse, affichage) et les media sélectifs (téléphone, courrier, etc.).

d) *La situation de communication*. A l'intérieur d'un contexte donné (période électorale, par exemple), il existe plusieurs situations de communication (meeting politique, rencontres sur le marché, etc.). Chaque situation présente des "éléments inducteurs" (Muchielli, 1991) qui influent sur les possibilités d'échanges (demander une faveur à son député est plus facile lors de la rencontre sur le marché que dans le meeting politique). Selon nous, il existe deux grands types de situation de communication : les situations où la communication ne peut s'établir que dans un seul sens (communication unidirectionnelle) et celles où chacun des protagonistes peut intervenir (communication interactive).

d1-La communication unidirectionnelle. Une ou des personnes sources s'adressent à un ou plusieurs récepteurs qui ne peuvent pas modifier le message transmis : journal télévisé, plaidoirie du procureur, livre, etc.

d2-La communication interactive. Relation humaine où le comportement de chaque personne est modifié et modifie simultanément le comportement des autres : interrogatoire de police, débat politique, hola dans un stade, etc.

En résumé, la communication met en oeuvre quatre critères (l'espace, le temps, la technique, la situation) qui se décomposent tous en deux modalités, ce qui offre tout un ensemble de combinaison permettant de décrire la plupart des phénomènes communicationnels que l'on rencontre dans la réalité empirique. Par exemple, un Chat's ⁽¹⁾ sur Internet est, souvent, une communication à distance, médiatée, synchrone, interactive; une discussion entre voisins constitue, la plupart du temps, une communication présentielle, directe, synchrone, interactive; tandis qu'une lettre est,

¹ Les Chat's sont des sites où les internautes débattent d'un sujet. Chacun possède un identifiant (souvent un pseudonyme) et peut, à tout moment, intervenir dans la conversation, c'est-à-dire, joindre ses remarques écrites au texte en train de s'écrire.

généralement, une communication à distance, médiatée, asynchrone, unidirectionnelle, etc.

4- Il existe trois grands types de communication. La communication concerne aussi bien la conversation entre deux frères, que des messages télévisés diffusés dans le monde entier. Or, il s'agit là de deux types de communication fort différents, puisque les enjeux et les problèmes ne sont pas de même nature. Dans le premier cas, il s'agit d'une communication interindividuelle mettant en relation deux personnes du même groupe culturel, dans le second, d'une communication sociale transculturelle. A première vue, il y aurait donc quatre types de communication : interindividuelle, sociale, intraculturelle, transculturelle. En fait, la culture n'est pas seulement une essence, une structure qui nous enferme dans un groupe, c'est aussi un processus multidimensionnel : nous appartenons à plusieurs groupes à la fois (groupe sexuel, ethnique, religieux, générationnel, professionnel, affinitaire, etc.) que nous quittons ou rejoignons tout au long de notre vie. C'est pourquoi, chacun est tout à la fois porteur, mais aussi créateur de culture (Camilléri, 1989). Chaque être humain possède une culture qui lui est propre. Si bien que toute communication est transculturelle, dans la mesure où elle met en relation des individus, c'est-à-dire des êtres dotés d'une culture différente (Kim, Gdykunst, 1988). Pour le dire autrement, toutes les communications humaines sont transculturelles. Il existe donc deux catégories de communication : interindividuelle et sociale.

a) *La communication interindividuelle.* C'est une relation entre deux individus. Elle est généralement présentielle, synchrone, directe et interactive comme dans le cas d'une conversation en face à face. Cependant toutes les communications interindividuelles ne sont pas des communications en face à face. Nous pensons notamment aux échanges téléphoniques et aux correspondances épistolaires.

b) *La communication sociale.* La communication sociale commence avec le groupe, c'est-à-dire un système humain comprenant plus de deux individus. En effet, tout groupe crée des normes qui régissent, en partie, les relations entre ses membres

(Winkin, 1996). Toutefois, l'influence de ces normes ne se fait pas ressentir de la même façon dans un groupe restreint (une communauté sectaire, par exemple) que dans des groupe larges (la civilisation occidentale, par exemple). C'est pourquoi, on peut distinguer deux types de communication sociale :

b1-La communication groupale. C'est une relation nouée au sein d'un groupe primaire, c'est-à-dire d'un groupe caractérisé par l'interconnaissance et une existence commune. Elle tisse une solidarité mécanique marquée par une cohésion défensive vis-à-vis des autres groupes (Mucchielli, 1993).

b2-La communication sociétale. C'est une relation entre individus n'appartenant pas tous au même groupe primaire. Elle permet de faire émerger une solidarité organique et favorise la construction d'une réalité partagée par les différents groupes d'une société donnée (Watzlawick, 1978).

En résumé, il existe trois types de communication (interindividuelle, groupale, sociétale) qui ne font sens qu'à l'intérieur d'un contexte donné. Ces trois types de communication sont formidablement ambivalents, puisqu'ils possèdent deux dimension contradictoires (fonctionnelle et relationnelle) qui obéissent chacune à deux registres antagonistes (égocentré et altruiste). De plus, ils sont d'une grande complexité car ces trois types de communication se composent de quatre critères (le temps, l'espace, la technique, la situation de communication) possédant chacun deux modalités. La haute abstraction de ce résumé vient utilement rappeler qu'il ne faut pas confondre la métaphore avec l'objet auquel elle renvoie. La communication n'est pas une corde. Elle ne résulte pas de l'entrecroisement ordonnancé de trois cordages composés de deux "ficelles" doubles constituées de quatre fils se décomposant en deux brins qui, etc. Cependant, notre métaphore a le mérite pédagogique de montrer que la communication est un lien social, riche, complexe et ambigu qui, pour contribuer à la vitalisation des démocraties européennes, ne doit pas être réduite à une technique de persuasion.

