



HAL
open science

“ L’interrogation éthique : ‘centre de gravité’ des sciences de l’information et de la communication ? ”

Denis Benoit

► To cite this version:

Denis Benoit. “ L’interrogation éthique : ‘centre de gravité’ des sciences de l’information et de la communication ? ”. X^e Colloque bilatéral franco-roumain, CIFSIC Université de Bucarest, 28 juin – 3 juillet 2003, Jul 2003. sic_00000531

HAL Id: sic_00000531

https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00000531v1

Submitted on 22 Jul 2003

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L’archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d’enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

« L'interrogation éthique : 'centre de gravité' des sciences de l'information et de la communication ? »

Denis BENOIT - M.C., Université de Poitiers

Atelier : « Questions transversales : Epistémologie, communication et complexité » - C. Le Bœuf, N. Péliissier

Position

Aujourd'hui le constat nous paraît manifeste : les sciences de l'information et de la communication ressemblent plus à un « patchwork » d'études appariées qu'à un domaine de recherche parfaitement homogène¹. Dès lors, qu'est-ce qui peut jouer sinon le rôle d'un véritable « catalyseur », au moins celui d'un « dénominateur commun » ? Qu'est-ce qui peut permettre d'engager la synthèse pertinente et utile -à ce jour assurément bien peu crédible au su de l'éclectisme colossal qui caractérise dans les faits ces sciences- de tous les genres ou catégories de contributions axées sur le thème de l'information et de la communication, quelles que soient les spécificités des modalités mises en œuvre pour les produire ?

Pour répondre à une telle interrogation, essentielle, il nous semble aujourd'hui capital, en tant que chercheur comme en tant qu'enseignant en sciences de l'information et de la communication, d'affirmer expressément sinon de « marteler » les rapports, paradoxaux certes, mais extrêmement étroits qu'entretiennent entre elles les notions de communication et de manipulation. Notions que nous n'hésitons pas à utiliser ici, et l'une et l'autre, dans leur sens le plus commun, dans leur extension la plus large : d'après nous, et contrairement à certains auteurs qui dénie au concept de manipulation toute véritable valeur descriptive², communication rime *toujours* avec manipulation.

Pourquoi ? Car -et nous en convenons promptement- associer le terme de « communication » à celui communément péjoratif de « manipulation » c'est risquer, en paraissant confiner la première notion dans un jeu trop étroit de connotations négatives, de la déprécier définitivement alors qu'elle est déjà fortement « critiquée » sur de nombreux plans (voir notamment Sfez, 1988 : *passim*) ; et, dès lors, pour qui cherche à examiner le phénomène dans l'ensemble complexe, non encore parfaitement élucidé de ses dimensions, c'est se montrer, au moins en première analyse, malhabile sur un strict plan « stratégique ». Mais c'est, *aussi et surtout* -et peut-être d'une façon exceptionnellement efficace parce que particulièrement provocante et « dérangeante »- mettre l'accent sur son ambiguïté ontologique : la communication renvoie *toujours* au meilleur *comme* au pire ; jugement qui a souvent été formulé mais qui reste indubitablement très mal admis, y compris dans les divers milieux « spécialistes » de cette matière hétérogène s'il en est. Et c'est alors replacer, au moins implicitement, au centre même de la problématique communicationnelle, soit, très généralement, celle des relations que les hommes entretiennent entre eux et avec l'ensemble de leur environnement, ce qui, d'après nous, en constitue le versant fondamental ; à savoir l'interrogation éthique puisque, c'est une quasi-certitude historique, les réponses strictement techniques, même extrêmement performantes (singulièrement lorsqu'elles sont articulées comme aujourd'hui sur la base des N.T.I.C.), ne suffisent

¹ Mais quelle science « humaine » peut-elle se prétendre parfaitement « homogène » sur le plan, notamment, des objets d'étude et des méthodes d'approche ? Concernant spécifiquement les SIC, et à propos de ce déficit d'homogénéité, nous renvoyons particulièrement à l'ouvrage de R. Boure (dir.) (2002 : *passim*), aux actes du XIII^e Congrès national (SFSIC, 2002 : *passim*), ainsi qu'au rapport du Comité national d'évaluation des universités (CNE) qui, pour dater de 1993, n'en garde probablement pas moins aujourd'hui, sur de nombreux points, son entière pertinence.

² « J'ai souvent dit que la manipulation n'existe pas, car ce terme présuppose l'existence d'êtres totalement soumis d'une part, et celle d'individus totalement autonomes d'autre part. Il y a en quelque sorte un double mythe, un double fantasme qui ne correspond aucunement à la réalité », selon S. Moscovici, *in* Choc, Ruano-Borbalan, 2002 : 91. Position à rapprocher par exemple de celle, frontalement opposée, que les psychologues sociaux J.-L. Beauvois et R.-V. Joule développent dans plusieurs de leurs ouvrages (notamment 1998 : *passim*).

jamais à épuiser les divers questionnements sur les maux, peut-être les vices, qui se manifestent continuellement et cruellement dans ces relations³.

Pour mettre en évidence la portée de la reconnaissance de cette question éthique (qui, *de facto*, se situe au cœur même du domaine d'étude que recouvrent les S.I.C.), nous précisons d'abord succinctement les rapports étroits entre les notions d'information et de communication et celle de manipulation, (ainsi que l'intérêt sinon la nécessité qu'il y a à accoler d'une façon explicite lesdites notions) ; puis, dans un second temps, nous récapitulerons certains principes clefs de nos sciences, pourtant souvent inopportunistement disqualifiés et qui, tous, soulignent la valeur cruciale de cette dimension éthique dans les recherches « inforcom ».

Associer « communication » et « manipulation » : des avantages substantiels

En effet, premièrement, quel autre terme que « manipulation », aux connotations si inquiétantes et alarmantes, en fait lui-même si magnifiquement manipulateur, permettrait-il mieux de faire ressentir et percevoir que, sise au fondement même de la communication, l'information ne peut pas *ne pas* être une « mise en forme » du réel (comme l'indique du reste l'étymologie du terme) ? Mise en forme qui, par définition, si elle parvient par quelques aspects à *convenir* au réel ne peut jamais parfaitement lui *correspondre*⁴. Et que, en conséquence, ni matière, ni énergie, ni à proprement parler « sens » ou « signification » en tant que tels, mais surtout « mise en ordre », l'information⁵ ne peut que *mentir* peu ou prou à propos de ce réel. Ou, en tous cas, sinon définitivement le trahir, au moins le modifier ou le travestir, c'est-à-dire le « manipuler »⁶, dans l'acte même qui consiste à l'ordonner pour le représenter (c'est l'« arbitraire du signe »). Que dire, alors, des activités de description, d'expression, de communication qui, donc, s'effectuent sur de telles bases sinon, qu'au mieux, elles ne peuvent qu'être des « mises en scène » desdites « mises en forme » ?

Quel autre terme, ensuite, serait-il susceptible de mieux mettre immédiatement en perspective l'interrogation sur les causes de cette altération, de ce travestissement ou de ce mensonge ? En effet, il apparaît que nous n'avons aucun moyen de connaître le monde « en soi » en dehors de notre expérience commune et/ou scientifique. Et que la seule définition possible du « réel vrai » est « d'ordre opératoire » puisque la réalité se découvre, se saisit et/ou « se construit » à travers tout un réseau de codages (sinon de « truquages »), bref de manipulations techniques et d'opérations sensorielles et intellectuelles qui, elles-mêmes modifiées, transforment également le réel qu'elles donnent à percevoir ou plutôt qu'elles « échafaudent »⁷.

Quel autre terme que « manipulation », enfin, serait-il plus apte à mettre en lumière la complexité du questionnement sur les *effets* (psychologiques, sociaux, sociétaux) de cette inéluctable mystification communicationnelle ? Car si toute information est mise en ordre ou mise en forme de la réalité, n'importe quelle communication de cette information, soit n'importe quel « dire » (tout discours) et

³ Sur ce thème, voir par exemple la distinction entre communication « normative » et « fonctionnelle » qu'étaye D. Wolton (1997 : 18 et s.).

⁴ Selon l'explication que propose le psychologue E. von Glasersfeld, qui se fonde notamment sur les travaux de G. Vico (« *verum ipsum factum* » : le vrai est le même que le fait), in Watzlawick, 1988 : 19-43.

⁵ On connaît « l'instabilité sémantique » du terme « information », à l'origine d'ailleurs de son énorme succès actuel. Mais, au moins dans son étude mathématique, on peut le définir précisément comme : « un concept stochastique puisqu'elle intéresse une mise en ordre d'évènements statistiques » (in Miermont, 2001 : 379-386). Et poser que : « dans tous les phénomènes d'interaction concernant les organismes vivants, l'élément capital qui déterminera les réactions, le comportement de l'individu, ne peut être réduit à un passage d'énergie : c'est le passage d'informations *ainsi que tous les processus impliqués dans son traitement (le codage, la classification, le mode d'organisation, etc.)* [c'est nous qui soulignons] qui devront servir de base à l'explication » (in Wittezaele, Garcia, 1992 : 83).

⁶ Suivant l'un ou l'autre des deux sens actuels, propre ou figuré, de ce mot, à savoir « manquement » et « manigance », voir d'Almeida, 2003 : 21-22.

⁷ Ainsi, pour Kant, les concepts doivent être considérés comme des *schèmes*, c'est-à-dire comme « des méthodes de construction des objets », voir notamment l'interprétation que propose L. Ferry -qui cite le philosophe G. Bachelard : « rien n'est donné, tout est construit »- de la théorie kantienne du schématisme, in Ferry, Vincent, 2000 : 59-65).

n'importe quel « montrer » (toute image), possède des effets qui sont certes liés à la valeur de vérité de son contenu mais également -et peut-être même bien plus, il ne sert à rien de le déplorer- à la qualité intrinsèque de ladite forme (de son « style »⁸). Bref, quelle que soit sa véridicité (et « l'objectivité » de la description fournie), un acte de communication emporte des effets en fonction de sa forme que l'on peut *dans un contexte donné et dans une certaine mesure* sinon prédire ou « calculer », en tous cas « optimiser ». Ce qui fait que, *de facto*, l'on se trouve là plongé au cœur de la problématique éthique posée par les rapports entre les techniques employées et les finalités visées et, de la sorte, sans cesse confronté à la question philosophique et morale (possiblement essentielle) du domaine des relations humaines : la fin justifie-t-elle les moyens utilisés, autrement dit, légitime-t-elle les manipulations (en l'occurrence les « opérations » et/ou les « manœuvres » communicationnelles) exécutées ?

Ainsi, *in fine*, l'action élémentaire et au demeurant très aisée (mais assurément « risquée »), de rapprocher franchement communication et manipulation revient-elle à mettre l'accent sur ce qui nous rassemble le mieux en tant que chercheurs et en tant qu'enseignants, en fait sur ce qui se trouve à l'origine même de notre « interdisciplinarité » : les enseignants-chercheurs en information-communication, qu'ils se focalisent sur des questions relatives à l'information médiatique, à l'information documentaire voire, dans une certaine optique, à l'information purement mathématique⁹, qu'ils s'intéressent à la communication publicitaire, politique, scientifique, thérapeutique, etc. ou encore à diverses catégories d'expressions spécifiques (littéraire, cinématographique, télévisuelle, etc.), s'ils ne travaillent évidemment pas sur d'identiques objets à l'aide d'outils similaires, au moins apparaissent-ils enfin faire ce qu'*effectivement*, au quotidien, ils accomplissent *tous* indubitablement : examiner et spéculer sur une problématique « inforcom » analogue, à savoir, quel que soit le champ d'expérience, réfléchir sur des questions relatives à la *forme*, aux *mises en forme*, aux *effets* des mises en formes informationnelles et des *mises en scène* communicationnelles. C.q.f.d., sur des questions relatives à la manipulation dans *toutes* les acceptions, strictement opératoires ou davantage psychosociales et, plus généralement, philosophiques que peut revêtir ce terme. La conclusion, évidente, étant que sur de telles bases, il convient incontestablement de poser l'interrogation éthique - et particulièrement celle des rapports entre le « Vrai » et le « Bien » (voir notamment Comte-Sponville, 1994 : *passim*)- comme parfaitement cruciale dans notre domaine.

Et pourtant, aujourd'hui, nous ne pouvons que constater, singulièrement en tant que chercheur appartenant au champ, que se trouve sans cesse remis en cause ce qui ne pourrait, ou ne devrait, apparaître que comme de simples « fondamentaux » au su de l'histoire du développement des recherches en communication (Miège, 1995 : *passim*) ; bref, le « b.a.-ba » de ce qu'il est convenu d'appeler notre interdiscipline, et qui va incontestablement dans le sens du rapprochement proposé des notions d'information, de communication et de manipulation -tout en plaçant, ce faisant, la question éthique au point nodal de nos investigations. Remises en cause d'ailleurs souvent seulement implicites, discussions latentes et endémiques qui sont, ici, du fait de leur caractère, plus de nature à « brouiller les cartes » que propices à constituer la saine émulation usuellement considérée, dans d'autres champs disciplinaires, comme à l'origine de salutaires recompositions des connaissances. Et aptes à désorganiser un domaine qui, du fait notamment de l'extrême diversité de ses objets d'études, de la variété de ses méthodes d'investigation et de l'origine disparate de ses chercheurs, a évidemment bien plus besoin de reconnaître *expressément* les « accords préalables » sur lesquels il fonctionne que de « sous-entendre » des controverses, en l'occurrence seulement productives de confusions sinon de dislocations.

⁸ L'ouvrage de R. Queneau, *Exercices de style* (1947) est particulièrement éclairant sur ce thème. L'auteur y raconte quatre-vingt-dix-neuf fois, de quatre-vingt-dix-neuf manières différentes, la *même* brève histoire : si le contenu reste équivalent (la quantité d'information au sens mathématique du terme varie relativement peu), le style change, et indubitablement avec lui les *effets* de l'histoire sur le lecteur.

⁹ Concernant l'information au sens « strictement mathématique » du terme, il convient de noter que W.Weaver, dans sa note introductive à la théorie de C. Shannon, précise expressément que si celle-ci ne paraît, de prime abord, ne concerner que le seul niveau de la transmission des symboles de la communication (« niveau A ») : « la théorie du niveau A est, au moins jusqu'à un certain point, une théorie des niveaux B et C » (soit les niveaux de la signification des symboles transmis et des effets, de l'influence de cette transmission sur le comportement du récepteur (*in* Shannon, Weaver, 1975 : 32).

Quels sont ces fondamentaux dont la reconnaissance nous apparaît indispensable mais qui sont, semble-t-il, couramment envisagés comme platitudes, poncifs, clichés, truismes ; et en tant que tels si souvent malmenés, au moins tacitement ? Nous nous cantonnerons ici aux trois qui nous paraissent essentiels (que l'on pourrait d'ailleurs aisément fractionner ou combiner en diverses sous-parties de valeur quasi équivalente).

Trois « banalités » maltraitées, mais certainement à « réhabiliter » et « revisiter »...

Premier « cliché » : les recherches en « sciences » humaines -dont font partie, au moins pour une très large part, celles spécifiquement dévolues à la communication- sont inaptes à démontrer empiriquement, en tous cas au niveau de généralité ou d'universalité auquel se situent les sciences dites « dures » (physique, etc.), leurs propres hypothèses et théories. L'anthropologue C. Lévi-Strauss, dont la vie entière a été dédiée à la recherche dans ce domaine, n'hésite d'ailleurs pas à parler d'« imposture » à propos de la scientificité de nos disciplines qui sont, pour lui, *tout simplement et définitivement* « incapables de maîtriser leur objet »¹⁰.

Nonobstant, et au moins depuis les travaux du courant « empirico-fonctionnaliste » sur les effets des médias de masse (« pionniers » dans le domaine des sciences de la communication), c'est très régulièrement que l'on voit apparaître (ou réapparaître¹¹) des recherches qui se veulent parfaitement décisives et probantes sur des questions qui, *pourtant*, ne peuvent rester qu'indécidables en raison de l'abyssale complexité qui s'y applique.

Toutefois, la position de Lévi-Strauss se retrouve opportunément énoncée chez nombre d'auteurs, pour qui l'attitude pertinente à l'égard des conduites humaines doit consister non pas à rechercher une « mise en évidence » des « lois » *stricto sensu* censées les gouverner, mais plutôt à tenter de clarifier les tenants et aboutissants de ladite incommensurable complexité qui les régit, (et qui est le produit de l'interaction des divers niveaux d'organisation du vivant, du biologique au socioculturel inextricablement entremêlés : voir notamment Morin, 1977 : *passim* ; Pradier, 1989 : 93-123).

Ainsi, de notre point de vue, il s'agit pour les SIC de se positionner nettement dans une telle mouvance, autrement dit d'accepter, d'une façon claire et manifeste, le fait que « l'espace [...] des sciences sociales ne saurait sérieusement se présenter comme l'espace de la démonstration et du vrai. [...] [Mais que son] domaine est plutôt celui de la représentation vraisemblable et de l'interprétation cohérente [...] [fondées sur] une démarche interprétative rigoureusement construite » (Declercq, 1992 : 259). Et d'en tirer les conséquences pratiques qui s'imposent : circonscrire leurs apports à un *discours critique* -certes particulièrement instruit et alimenté aux multiples sources disciplinaires, mais qui ne peut que *s'efforcer* d'« éviter tant les écueils de l'empirisme sans concepts que ceux du théoricisme sans données » (Granjon, 2002 : 409-423). Discours tendant vers la transdisciplinarité, donc, qu'il convient de mener sur les abondantes contraintes qui affectent l'activité communicationnelle (selon les particularités des situations étudiées) et qui, *de facto*, pèsent lourdement sur la destinée de nos sociétés et des individus qui les composent¹² ; bref, qui *manipulent* ces individus et ces sociétés.

Une telle démarche, axée à la fois sur les différents « encodages » qu'est amené à subir « le réel » à l'occasion des divers « procès » et situations de communication, et sur les effets individuels, sociaux,

¹⁰ L'entretien dans lequel le célèbre anthropologue délivre ce point de vue a été publié par le quotidien *Le Monde*, en octobre 1991.

¹¹ « Il se trouvera toujours des psychologues pour tenter de prouver que la télévision est à l'origine des comportements violents d'une partie de la jeunesse, des politologues pour mesurer les conséquences d'émissions politiques sur les transferts des voix dans les élections ou des médiologues pour dénoncer les méfaits des techniques sur la culture », selon B. Miège, *in* Courbet, Fourquet, 2003 : *passim*.

¹² Par exemple, le questionnement critique sur les changements de fond (au positif comme au négatif et sur le long terme) qu'est amené à subir l'espace public, suivant le mode de fonctionnement du « système des médias » et des techniques et technologies de l'information et de la communication qui s'y appliquent.

sociétaux contingents de ces mises en forme particulières, si elle ne peut prouver à proprement parler, si elle est moins capable d'une activité de « mise en évidence rationnelle » des phénomènes (de leurs causes et de leurs effets) qu'orientée sur un travail de « mise en perspective » à partir de l'analyse combinatoire des hypothèses les plus plausibles (voir notamment Charaudeau, 1997 : *passim*), apparaît néanmoins comme indéniable « source de connaissance et apprentissage de la liberté » (Declercq : *id.*, *ibid.*). En conséquence, elle ne peut qu'être essentiellement « critique » et « réflexive », et donc directement guidée par et sur l'éthique. Par exemple, il ne s'agit pas tant pour les SIC, d'après nous, de chercher à valider empiriquement des assertions générales du type « la violence diffusée à la télévision rend la société plus violente » ou, beaucoup plus ponctuellement et précisément, « un message publicitaire possédant une forme x devient 'efficace' à partir d'x répétitions », que de discuter le « comment ? » des constructions médiatiques du « réel social » et de leurs possibles effets, tout en proposant des avis et des conseils « critiques » de pensée et d'action, (évidemment impeccablement documentés et étayés d'une façon pluridisciplinaire).

Second « truisme » : le phénomène de la communication humaine renvoie, *toujours conjointement*, à l'expression, à l'information et à la persuasion ou à l'influence.

En effet, au moins depuis l'apparition du modèle proposé par le linguiste R. Jakobson dans les années 60, l'on conçoit naturellement que toute communication -verbale, dans le cas spécifique considéré par Jakobson, mais l'idée peut être sans doute généralisée à l'ensemble des actes de communication-requiert la présence d'un certain nombre d'éléments ou de « facteurs » (destinateur, contexte, code, destinataire...) auxquels sont étroitement reliées différentes « fonctions » (en l'occurrence relatives au langage, selon ce linguiste) : émotive, référentielle, métalinguistique, conative, phatique, etc. Et que si l'on peut sans doute catégoriser les différents types de message possibles à partir d'une fonction qui apparaît comme « dominante » (expression d'un jugement de valeur subjectif, information objective, message d'amorce, de maintien ou de clôture une séquence d'échange entre communicants, etc.), tout message est en fait susceptible de concerner au premier chef une ou plusieurs *autres* fonctions pourtant largement moins manifeste(s). Par exemple, le message « il fait chaud », dont la fonction « référentielle » (formulation d'une information vérifiable sur le référent) est *a priori* évidente, peut, *dans un certain contexte*, surtout signifier « ouvre la fenêtre » ; et donc posséder un caractère « conatif » ou « injonctif » (c'est-à-dire axé sur la modalité relationnelle entre les communicants : en l'occurrence *faire faire* quelque chose à quelqu'un) *implicitement* beaucoup plus marqué que sa forme intrinsèque peut le laisser supposer au premier abord (Willet, 1992 : 139-142). Autre exemple : le contenu de l'annonce diffusée (par haut-parleurs) en France dans les TGV par le personnel attaché à la restauration, au départ et après chaque gare d'arrêt du train¹³, s'il constitue sans nul doute une « information objective » transmise aux voyageurs pour accroître leur confort représente, également et indubitablement (dans le contexte d'un déplacement selon les cas passablement éprouvant pour les passagers), une suggestion commerciale qui leur est insufflée susceptible de les séduire, de les attirer, et ainsi de contribuer à augmenter d'une façon significative le chiffre d'affaire de la SNCF...

C'est ainsi que lors de la transmission d'un message quel qu'il soit (verbal ou non) s'il s'agit de s'exprimer (mise en scène du « corps animal ») et d'informer (transmission d'un contenu cognitif « codé-décodé »), il est aussi *toujours* question, peu ou prou, consciemment, intentionnellement, volontairement ou non, d'« imposer du sens », c'est-à-dire d'agir sur autrui, de lui faire faire (ou faire croire ou faire penser), bref de le modifier (Huisman, 1983 : *passim*). Ou, *en tout cas*, puisqu'il n'existe pas de « non-comportement » -par exemple, en matière de communication interpersonnelle « garder le silence », « ne rien faire » constitue un comportement et revient bien, en réalité, à « faire quelque chose »-, il est toujours question volontairement, consciemment *ou non* de « produire des effets » et poser dans le monde des « données » par rapport auxquelles autrui devra nécessairement se positionner. Le philosophe D. Huisman n'hésite donc pas à affirmer que « la communication persuasive n'est [...] pas une espèce de communication parmi d'autres, ni même l'espèce la plus

¹³ Annonce du type : « Nous informons les voyageurs montés en gare de... qu'une voiture-bar est disponible au centre de la rame. Vous y trouverez... ». Suit alors généralement, adaptée à l'heure de diffusion de l'annonce (petit-déjeuner, déjeuner, dîner...), une liste de produits de grande consommation susceptibles de convenir à l'ensemble des goûts du public.

importante ou la plus intéressante. Elle est la communication *tout entière* [c'est nous qui soulignons] considérée relativement à son caractère opératoire » (*id.* : 23). Dans la même veine, le psychothérapeute P. Watzlawick va encore plus loin en jugeant que, dans la mesure où toute communication associe des aspects conscients et inconscients, volontaires et involontaires, verbaux et non verbaux, relatifs au « contenu » tout en concernant la « relation », etc., il ne peut *jamais* y avoir d'échanges humains sans manipulations réciproques (1975 : 13-14). Et c'est bien là, finalement, l'une des « avancées » centrales du courant de recherches en communication désigné sous l'étiquette d'« Ecole de Palo Alto » : puisqu'en situation de relations humaines « on ne peut pas ne pas communiquer », et que, par suite, la manipulation, sous une forme ou sous une autre, y est inéluctable, il s'agit donc de communiquer-manipuler « d'une façon éthique », c'est-à-dire de « décider [...] comment cette loi fondamentale de la communication peut être suivie le plus humainement, le plus honnêtement et le plus efficacement possible » (1980 : 19).

Cependant, et peut-être par souci de « confort intellectuel », de telles certitudes sont périodiquement remises en question à la fois par la réduction de la communication à une activité verbale, volontaire, intentionnelle¹⁴ -application du modèle « mécaniste » et « linéaire », dit « télégraphique », extrapolé de la théorie mathématique de l'information proposée en 1949 par C. E. Shannon, (Winkin, 1981, 2000 : 13-26)-, et par l'idéalisme manifeste selon lequel il serait possible d'éradiquer toute forme d'influence voilée dans les rapports interpersonnels et sociaux (et que, donc, communication et manipulation devraient être opposées d'une façon plus ou moins rigide). C'est ainsi que bon nombre d'auteurs établissent des « genres de communication » selon lesquels, par exemple, un acte d'information (celui du journaliste notamment) pourrait et devrait être naturellement distingué d'un acte d'expression (celui du poète) ou d'un acte de persuasion (celui du publicitaire). Or, par exemple, s'il va évidemment de soi que le contenu d'un article du journal *Le Monde* peut facilement être différencié, au moins au niveau de l'intention de son auteur, de celui d'un roman ou d'un message publicitaire, l'actualité récente concernant ce quotidien, qu'il est difficile de classer parmi les plus « subjectifs » et désinvoltés, a pourtant montré combien pouvait, au minimum, lui être imputée une mise en forme (peut-être, d'ailleurs, non véritablement ou complètement intentionnelle) disons à la fois « orientée » et « suggestive » des événements ; mise en forme -« information », donc- qui *par définition* ne pouvait, certes, être parfaitement « objective » mais qui, surtout, devait induire certains effets singuliers sur le lectorat, quelque soit par ailleurs la valeur de vérité du contenu proposé¹⁵.

En résumé, les actes d'information et de communication transcendent, d'après nous, toutes les typologies que l'on peut en fournir *a priori*, parce qu'ils renvoient à l'infinie complexité des situations de relations humaines¹⁶, et qu'ils ne sont aucunement de stricts « codages » des intentions de leur auteur (Sperber, 2002 : *passim*) qui ne peut jamais affirmer avec certitude : ici je m'exprime seulement, là j'informe exclusivement, maintenant je persuade... Et c'est surtout, *pragmatiquement*, en terme d'effets, de résultats que ces actes devraient être envisagés par toutes les composantes de recherche (à première vue) disparates composant les SIC ; en tous cas bien plus qu'en tant qu'entités aux propriétés intrinsèques déterminées une fois pour toutes, et qui permettraient de catégoriser avec rigueur, en aval, des « spécialistes » pouvant se distribuer de façon assurée au sein de notre interdiscipline soit dans le groupe des « chercheurs en information », soit dans celui des « chercheurs en communication ». De notre point de vue, la véritable problématique, celle qui assure la cohésion de

¹⁴ Par exemple : « Le parti pris ici est de considérer [...] que la communication relève à la fois d'une intentionnalité et d'une mise en forme volontaire. [...] la présence à l'autre, mais aussi la gestuelle ou les postures du corps [...] relèvent d'une situation relationnelle qui n'appartient pas forcément à l'ordre de la communication, ou qui lui est tangent, sauf si la gestuelle se transforme en signes codés [...] Mieux vaut d'ailleurs que tout ne soit pas communication car cela placerait les sciences de la communication, comme tous les praticiens de la communication, dans une posture inconfortable, celle d'être spécialistes de tout ! », selon Breton, Proulx, 2002 : 48-49.

¹⁵ A propos, notamment, des cinquante-deux « unes » du *Monde* sur Roland Dumas (qui a finalement été « blanchi »), c'est D. Schneidermann, lui-même journaliste au *Monde*, qui affirme : « A quoi bon jouer sur les mots ? A quoi bon se cramponner au cache-sexe sémantique du contre-pouvoir ? Comme tout média, notre journal est un pouvoir. Un pouvoir essentiel au fonctionnement démocratique, mais un pouvoir », in *Le Monde*, 28 février 2003.

¹⁶ C'est la raison pour laquelle l'opposition marquée de l'information et de la communication (voir Bougnoux, 1995 : *passim*), pour intéressante qu'elle soit sur le plan didactique, laisse rapidement apparaître ses limites.

l'ensemble des chercheurs du domaine, s'articule autour d'une question centrale qui pourrait être formulée ainsi : *pourquoi* et *comment* la communication, quelle que soit sa forme, qu'elle soit analysée *a priori* comme expression, information ou tentative de persuasion, qu'elle soit traitée sous l'angle particulier de « la nouvelle » journalistique, de « l'information » documentaire, de « la donnée » scientifique, de « l'expression » littéraire, de « la persuasion » publicitaire, etc., réussit-elle sinon à « produire » du moins à « agir sur », à « manipuler » (aux deux sens, propre et figuré, du terme) nos représentations et nos comportements¹⁷ ? Et, dès lors, sur un plan éthique, celui des valeurs, celui de la problématique relative à l'adéquation des moyens communicationnels aux fins poursuivies, que convient-il d'en penser, comment en juger ?

Troisième « stéréotype » : et, de fait, la communication ne peut plus être simplement (ou seulement) comprise comme une « activité de transmission intentionnelle », le plus souvent verbale, par laquelle il s'agit de diffuser, d'une source à une réception, des messages « expressifs », « informatifs » et/ou « persuasifs ». Mais elle doit être envisagée comme une activité qui déborde bel et bien toutes ces catégories, en fait une sorte de « matrice sociale » composée de tous les faits, activités, actes, comportements qui, au quotidien, fondent une culture ; n'importe quel élément de temps, de lieu, de cadre présent dans notre vie étant susceptible d'être, ou de devenir, un élément de communication. Bref, en communiquant, bien plus que de « transmettre » il s'agit de « participer » à une « forme » qui préexiste et qui, peu ou prou, *contraint* les acteurs dans la mesure où, qu'ils en soient conscients ou non, ils obéissent à des « règles », ils utilisent des « codes », le plus souvent implicites, qui les maintiennent dans une certaine « prévisibilité »¹⁸.

Partant, il s'agit pour les tenants de ce point de vue, de décrire très finement et avec le moins d'*a priori* possible -c'est la démarche ethnographique- l'ensemble des comportements qui s'effectuent dans telle ou telle communauté, de manière à se donner les moyens de comprendre son « fonctionnement » ; en fait de mettre au jour les règles, les codes sous-jacents qui la gouvernent, l'ordre implicite qui la régit, bref, de dévoiler, d'élucider, « d'objectiver » tout ce que les membres de la collectivité en question « doivent savoir [le plus souvent inconsciemment] pour en faire partie », (selon la définition de la culture proposée par l'anthropologue W. Goodenough, cité *in* Winkin, 1996 : 105).

On voit là combien ce point de vue se trouve en rupture avec la conception « classique », incontestablement réductrice, selon laquelle communiquer revient strictement à transmettre un contenu informatif sur un mode vectoriel, à l'aide d'un support donné et d'un code consciemment maîtrisé, entre les deux extrémités d'une chaîne communicationnelle. Alors que dans la nouvelle approche, communiquer n'est pas un acte ou une catégorie d'actes parfaitement et définitivement prédéterminé, et qu'il s'agit toujours, pour l'observateur, de « dégager par observation participante les cadres de perception et d'organisation par lesquels certains phénomènes naturels et sociaux sont tenus, dans un groupe social donné, pour des événements ou des actes de communication » (Winkin, *id.* : 85). Approche dans laquelle les acteurs apparaissent, en conséquence, comme des « manipulateurs-manipulés » *perpétuels*, puisqu'en permanence contraints dans et par des systèmes interconnectés, ceux qui régissent leur culture, leur organisation biologique, sociale et professionnelle, leur langage,

¹⁷ Par exemple, et pour le « grand public », une émission de télévision du type « Arrêt sur images », diffusée hebdomadairement sur France 5 depuis une dizaine d'années, se situe assez convenablement dans cette dynamique.

¹⁸ Dans une telle optique, on peut entendre à l'ensemble des comportements ce que le linguiste E. Sapir -toutefois bien loin d'être un zéléateur d'une quelconque « gestuologie »- dit des gestes, à savoir que nous y réagirions « comme d'après un code, secret et compliqué, écrit nulle part, connu de personne, entendu par tous ». Dès lors, d'après l'anthropologue R. Birdwhistell, un observateur qui a « saisi le système interactionnel qui règle le jeu des interactants [...] peut prévoir les mouvements quelques instants avant leur occurrence effective ». Une telle optique renvoie à une conception de la vie sociale selon laquelle ce que l'on vit généralement sur le mode du hasard et de l'imprévisibilité est en fait l'activation d'une « grammaire » (Goffman), d'un « programme » (Schefflen) ou d'un « calcul » (Watzlawick) inscrits dans la culture d'un groupe ou d'une société donnés, et pratiqués « automatiquement », voir Winkin, 1996 : 67, 71, 96.

etc., et, par-là, qui agissent inéluctablement, et le plus souvent sans qu'ils en soient conscients, sur leurs pensées et leurs conduites¹⁹.

Cependant, la représentation télégraphique, « qui alimente encore aujourd'hui, notamment en France, la recherche en sciences de l'information et de la communication » (selon Winkin, *id.* : 11), fait que nous apparaissions encore bien plus focalisés sur les « tuyaux » (de transmission) que sur les « situations » (de relations). Ce faisant, il semble bien que nos études renvoient, plus souvent et plus massivement, aux supports (médias classiques et N.T.I.C.) et aux outils (langages spécialisés) de l'« inforcom » -auxquels il s'agit bien entendu d'accorder « toute leur place mais rien que leur place » (Lochard, 2000 : 31-41)- qu'aux cadres et aux contextes situationnels.

En fait, de notre point de vue, puisque la communication doit *surtout* être comprise comme une activité d'« agencement » et de « construction » du réel (bien plus, donc, que comme une simple « activité de transmission »), les « travaux-types » en SIC devraient essentiellement se focaliser sur les nombreux et différents contextes qui, à la fois, « manipulent » et « sont manipulés » par l'activité communicationnelle (Mucchielli, 2000 : *passim*) : par delà les catégories qui tendent à séparer « l'information » de « la communication », il s'agit alors d'examiner à la fois le « comment » des constructions (le plus souvent inconscientes) de nos réalités individuelles et sociales et le « pourquoi » des effets induits par de telles élaborations. Par exemple, et selon le concept de « prédiction autoréalisatrice » (Watzlawick, 1988 : 109-129), pourquoi et comment le phénomène de la violence sociale pourrait-il, très paradoxalement, être le produit de son propre « traitement » médiatique ; (traitement qu'il s'agit alors d'analyser dans l'ensemble complexe de ses différentes dimensions) ?

D'après le physicien W. Heisenberg (1961 : *passim*) : « nous n'observons pas la nature elle-même, mais la nature soumise à notre méthode d'investigation ». Dès lors, la réalité « en soi » ne peut que définitivement nous échapper car nous l'élaborons en fonction des opérations mêmes, souvent inconscientes donc, que nous mettons en œuvre pour l'appréhender. Or, ces « mises en forme », une fois effectuées, ne sont jamais neutres : elles possèdent des effets massifs sur les représentations et les comportements. Nous évoluons donc en permanence dans ce qui constitue un véritable paradoxe pragmatique : nos « prises d'informations » sur le réel déterminent ce réel qui en retour nous manipule, *ad infinitum*...

On voit, dès lors, que l'« approche SIC » ne peut qu'être essentiellement éthique : incapables de « prouver » à proprement parler nos hypothèses, mais seulement qualifiés pour les argumenter d'une façon inter ou pluridisciplinaire, nous sommes, en revanche, à même d'émettre des avis particulièrement éclairés sur les « opérations » qui, à un moment et dans des circonstances données, font que la « vie sociale » (notamment) est ce qu'elle est ; ainsi que sur les moyens et les techniques (issues des recherches en « communication persuasive ») qui permettent de « déconstruire » et de « reconstruire » différemment, *en fonction d'un point de vue éthique explicite*, ce « réel social ». Un constat s'impose, et aussi bien pour le chercheur en « information » que pour celui en « communication », en fait pour le chercheur « inforcom », qui se situe bien à l'exacte intersection des deux autres : « [il] ne doit pas fuir ses responsabilités ; il est temps qu'il se pose de nouveau 'une question simple, celle des finalités' » (Dacheux, 1996 : 243).

¹⁹ S'ils sont effectivement regardés comme des « manipulateurs-manipulés continuels », est néanmoins postulée une capacité desdits acteurs à agir librement ; disposition sans laquelle aucune éthique digne de ce nom ne saurait d'ailleurs sérieusement être envisagée : concernant l'opposition déterminisme / liberté, voir particulièrement les développements proposés par L. Ferry, *in* Ferry, Vincent, *id.* : 69-112.

Bibliographie

- Almeida** (d') (Fabrice), *La manipulation*, Paris, P.U.F., 2003
- Beauvois** (Jean-Léon), **Joule** (Robert-Vincent), *La soumission librement consentie*, Paris, P.U.F., 1998
- Bougnoux** (Daniel), *La communication contre l'information*, Paris, Hachette, 1995
- Boure** (Robert), *Les origines des sciences de l'information et de la communication – Regards croisés*, Villeneuve d'Ascq, Presses Universitaires du Septentrion, 2002
- Breton** (Philippe), **Proulx** (Serge), *L'explosion de la communication à l'aube du XXI^e siècle*, Paris, La Découverte, 2002
- Comte-Sponville** (André), *Valeur et Vérité - Etudes cyniques*, Paris, P.U.F., 1994
- Charaudeau** (Patrick), *Le discours d'information médiatique - La construction du miroir social*, Paris, Nathan, 1997
- Choc** (Bruno), **Ruano-Borbalan** (Jean-Claude) (dir.), *Le pouvoir*, Paris, Sciences Humaines Editions, 2002.
- Comité national d'évaluation**, Rapport d'évaluation, Paris, Service des Publications – CNE, mars 1993
- Dacheux** (Eric), « Pour une éthique de la recherche en communication : l'exemple de la communication persuasive », in *Communication*, vol. 17, n°1, 1996
- Declercq** (Gilles), *L'art d'argumenter - Structures rhétoriques et littéraires*, Bruxelles, Editions Universitaires, 1992
- Ferry** (Luc), **Vincent** (Jean-Didier), *Qu'est-ce que l'homme ? - Sur les fondamentaux de la biologie et de la philosophie*, Paris, Odile Jacob, 2000
- Garcia** (Térésia), **Wittezeale** (Jean-Jacques), *A la recherche de l'école de Palo Alto*, Paris, Seuil, 1992
- Granjon** (Fabien), « Les sciences de l'information et de la communication toujours à la recherche de leur(s) spécificité(s) », in SFSIC & auteurs, *Les recherches en information et communication et leurs perspectives*, Paris, 2002
- Heisenberg** (Werner), *Physique et philosophie*, Paris, Albin Michel, 1961
- Huisman** (Denis), *Le dire et le faire - Essai sur la communication efficace*, Paris, C.D.U. et SEDES, 1983
- Lochard** (Guy), « Former aux situations de communication » in I.C.O.M.T.E.C., *L'impossible formation à la communication ?*, Paris, L'Harmattan, 2000
- Morin** (Edgar), *La méthode – I. La Nature de la Nature*, Paris, Seuil, 1977
- Miège** (Bernard), « Une question à dépasser : celle de l'influence de la télévision et des médias de masse » in Courbet (Didier), Fourquet (Marie-Pierre) (coord. par), *La télévision et ses influences*, Paris, De Boeck-Wesmael, collection Medias/Recherches, à paraître, 2003
- Miège** (Bernard), *La pensée communicationnelle*, Paris, P.U.G., 1995
- Miermont** (Jacques) (dir.), *Dictionnaire des thérapies familiales*, Paris, Payot, 2001
- Mucchielli** (Alex), *L'art d'influencer*, Paris, Armand Colin, 2000
- Pradier** (Jean-Marie), « Eléments pour une physiologie de la séduction », in De Kerckhove, Pradier, Thorpe, Vettraino-Soulard, Zettl, *Le téléspectateur face à la publicité*, Paris, Nathan, 1989
- Queneau** (Raymond), *Exercices de style*, Paris, Editions Gallimard, 1947
- Schneidermann** (Daniel), « Contre soi-même », in *Le Monde Télévision*, 28.02.2003
- Sfez** (Lucien), *Critique de la communication*, Paris, Seuil, 1988
- Shannon** (Claude E.), **Weaver** (Warren), *Théorie mathématique de la communication*, tr. fr. CEPL, Paris, 1975
- Sperber** (Dan), « La communication et le sens », in Université de tous les savoirs – 5, *Le Cerveau, le Langage, le Sens*, Paris, Odile Jacob, 2002
- Willet** (Gilles), *La communication modélisée*, Editions du Renouveau Pédagogique, Ottawa, 1992
- Winkin** (Yves), *La nouvelle communication*, Paris, Seuil, 1981, 2000 (pour la postface)
- Winkin** (Yves), *Anthropologie de la communication – De la théorie au terrain*, Paris, De Boeck, 1996
- Watzlawick** (Paul), **Fisch** (Richard), **Weakland** (John), *Changement - Eléments de communication thérapeutique*, Paris, Seuil, 1975
- Watzlawick** (Paul), *Le langage du changement – Paradoxes et psychothérapie*, Paris, Seuil, 1980
- Watzlawick** (Paul), *L'invention de la réalité – Contributions au constructivisme*, Paris, Seuil, 1988
- Wolton** (Dominique), *Penser la communication*, Paris, Flammarion, 1997