

La profonde ambivalence de la communication

Eric Dacheux

► **To cite this version:**

Eric Dacheux. La profonde ambivalence de la communication. La communication , CNRS éditions, 2010. sic_01180372

HAL Id: sic_01180372

https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_01180372

Submitted on 26 Jul 2015

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.

La profonde ambivalence de la communication

Ce texte est un pré print

Pour le citer : Dacheux E. (2010), « La profonde ambivalence de la communication » in Eric Dacheux (coord.), La communication, Paris, CNRS éditions, pp. 11-31

La communication est un processus ambivalent, profondément ambigu. En effet, on peut avec raison soutenir qu'elle est partout (dans nos foyers, sur nos lieux de travail, dans nos associations, etc.), qu'elle touche tout le monde (bébés, vieillards, riches, pauvres, occidentaux orientaux, etc.), qu'elle est un fait social total (concerne aussi bien, la culture que la politique ou l'économie). Mais, à l'inverse, on peut tout aussi bien arguer que la communication n'est nulle part : les familles se disloquent, les entreprises deviennent des marchés internes, deux milliards d'individus n'ont pas accès à l'électricité et se trouvent exclus des réseaux mondiaux de la communication, tandis que les autres échangent de pseudo à pseudo à des milliers de kilomètres de distance mais méconnaissent leurs voisins, etc...

Alors société de communication ou société d'incommunication ?

Les enjeux de la communication

Difficile de trancher, en tout cas, si l'on veut restituer à la communication toutes ses caractéristiques contradictoires. Par contre, ce dont nous sommes certains, c'est qu'il n'y a pas de société, moderne ou traditionnelle, sans communication. La communication a toujours existé, simplement elle n'a pas toujours été interrogée. Si elle est tant aujourd'hui, c'est principalement pour deux raisons. La première est une visibilité sans précédent. Les médias jouent un rôle central dans la vie politique ; les nouvelles technologies de communication, via les sciences et les loisirs, marquent profondément nos cultures ; les industries de la communication (informatique, télécommunication, divertissement culturel¹, publicité) et la communication marketing sont des enjeux centraux de la vie économique à l'heure de la globalisation et de la montée d'un capitalisme immatériel (Gorz; 2003) | La seconde est une difficulté croissante à communiquer avec l'Autre. Dans une société où l'épanouissement personnel est une valeur centrale et où les réseaux planétaires de communication nous confrontent à l'Autre sans que nous partagions ses codes culturels, sa rencontre devient paradoxalement plus difficile, voire dangereuse.

La paix

C'est pourquoi, en dehors de la compétition économique, le premier enjeu de la communication, autour duquel est organisé cet Essentiel, est celui de la construction ou de la destruction du lien social, c'est-à-dire, *in fine*, de la guerre et de la paix. En effet, la plupart des outils de communication, qu'ils soient anciens ou modernes, du télégraphe optique à Internet en passant par le satellite, censés rapprocher les

¹ Industrie du cinéma, de la télévision, mais aussi du livre, du jeu vidéo, des parcs de loisirs, etc.

peuples ont, en réalité, été conçus à des fins militaires. Plus généralement, si on replace la question des outils dans une vision plus **anthropologique***, on s'aperçoit que la communication peut tout à la fois participer à une certaine pacification des mœurs (résoudre le conflit par la négociation plutôt que par la force), mais aussi jouer un rôle actif dans le développement des conflits (manipulation en Irak, appel à la Haine au Rwanda, etc.).

Nous voulons, dans cette présentation, insister sur deux autres enjeux centraux.

La diversité culturelle.

Pour D. Wolton, l'enjeu de la communication, c'est la cohabitation. La communication renvoie toujours à l'irréductible différence de l'Autre : « L'incommunication constitue l'horizon de la communication » (Wolton, 2009, p. 27). Nous n'avons pas le même corps, le même cerveau, les mêmes valeurs, les mêmes croyances. C'est pourquoi, il faut avoir la sagesse de renoncer à une compréhension parfaite, un consensus optimum qui permettrait à chacun de vivre dans un mode parfait, mais plus modestement avoir le courage d'accepter nos différents et chercher à les résoudre pacifiquement par la négociation. Négociation qui, si elle est menée sous le signe de la tolérance, permet de vivre une cohabitation culturelle satisfaisante pour les deux parties. Pour durer, cette dernière doit respecter simultanément deux contraintes : le respect de la diversité des identités culturelles, la création d'un cadre commun de communication. On communique donc pour cohabiter. Mais on communique aussi pour rester à distance : on échange des mails pour éviter de se voir, on se téléphone pour ne pas à avoir à se rencontrer, etc. L'incommunication n'est pas uniquement due à l'altérité, la différence mais aussi à la ressemblance, au même. La communication suppose la reconnaissance de la différence (sinon pourquoi échanger ?), mais aussi la reconnaissance, chez l'autre, de la même humanité. C'est par l'autre que nous devenons nous-même. Ou, plus précisément, c'est par la rencontre de l'altérité que nous prenons conscience, tout à la fois, du même qui est en l'autre et de l'autre qui est en nous-même (Ricoeur, 1990). En d'autres termes, communiquer c'est aussi bien chercher à construire du commun avec l'autre (cohabiter) que chercher à se séparer du semblable pour retrouver l'autre (mettre à distance). La communication, c'est au fond la recherche de la bonne distance pour préserver la diversité culturelle sans remettre en cause la commune humanité. Elle naît dans l'incompréhension, elle meurt dans la communion.

La démocratie

Deux auteurs sont centraux pour comprendre les enjeux démocratiques de la communication : Jürgen Habermas et Claude Lefort. Le premier rappelle que, dans les sociétés traditionnelles, les rituels politiques sont inséparables du sacré tandis que, dans la modernité, au contraire, le processus de rationalisation de l'exercice du pouvoir écarte la transcendance comme légitimation exclusive de l'autorité. D'où la nécessité de recourir à un nouveau moyen de légitimation : la communication (Habermas, 1978). Cette relecture des thèses de Kant réclamant la nécessité de fonder le droit sur le

libre débat rationnel entre citoyens informés conduit à invalider l'argument selon lequel le développement de la communication s'accompagnerait obligatoirement d'une défaite de la raison. De son côté, Claude Lefort, insiste sur une caractéristique constitutive de la modernité : la séparation. Pour lui la monarchie est un corps symbolique : tous les éléments sont reliés à la tête, le roi, qui ne fait qu'un avec son pays. La démocratie au contraire, précise le politologue, c'est la distance, la reconnaissance de la séparation donc la reconnaissance du droit à la différence, du droit d'énoncer des points de vue contredisant l'autorité qui n'est plus l'organe, unique, d'énonciation de l'intérêt général (Lefort, 1986). Deux conséquences de portées différentes peuvent être tirées de cette définition de la démocratie.

En rapprochant ces deux analyses, on comprend que deux maux menacent la démocratie : la fusion dans un corps unique et totalitaire ou, au contraire, l'éclatement de la nation en atomes individuels. Pour pallier ces deux dangers, la communication est essentielle. Elle relie symboliquement les individus à une société politique pluriculturelle, sans les délier totalement des communautés ethniques ou religieuses auxquelles concrètement ils sont attachés. Il y a donc symétrie entre communication et démocratie : la communication politique autorise la naissance d'une identité politique qui maintient la séparation entre les individus, tandis que la loi démocratique autorise une appartenance commune à une entité ou chacun, indépendamment, de ses convictions ou de ses origines, possède les mêmes droits.

Les recherches sur la communication

Facteur de guerre ou de paix, pouvant favoriser la diversité ou la domination culturelle, permettant de rapprocher et de séparer, la communication est, dans la vie quotidienne, profondément ambivalente. Les recherches portant sur la communication ne font que souligner cette ambiguïté intrinsèque. De plusieurs manières. Tout d'abord, la recherche est une activité de communication qui a du mal à penser la communication scientifique². La communication est sans doute l'unique pratique professionnelle commune au physicien travaillant dans un grand équipement international comme le CERN et au philosophe travaillant seul dans son bureau. Tous deux ont dû convaincre un directeur de thèse, écrire et diffuser cette thèse, la soutenir publiquement, faire des communications dans des colloques, etc. Tous deux doivent, échanger avec des collègues travaillant sur le même sujet ou des sujets différents, convaincre des institutions de financer une recherche, expliquer leurs travaux à des journalistes, prononcer des conférences publiques. Tous deux devront, à l'avenir, apprendre à valoriser leurs recherches (c'est une des conditions des nouveaux financements), déposer leurs travaux dans des archives ouvertes, constituer des dossiers mettant en avant leur apports scientifiques pour obtenir une promotion, etc. La communication est un acte scientifique quotidien du chercheur qu'il ne pense pas. Aveuglement elle

² Il existe pourtant certains travaux en ce sens, travaux relancés par l'Institut de la communication du CNRS qui se veut justement un organe transversale permettant de penser de manière pluridisciplinaire les rapports entre sciences, communication et société.

touche tous les chercheurs y compris ceux qui, pourtant mènent des recherches sur la communication. C'est là la première ambiguïté : la communication est à la fois un objet de recherche scientifique, et le point aveugle de la recherche scientifique.

Ensuite, les sciences s'intéressant à la communication ne parviennent pas, contrairement à d'autres sciences sociales comme la science économique par exemple, à proposer une définition qui recueille l'assentiment d'une majorité de chercheurs. Cela tient d'une part, à l'éclatement disciplinaire des chercheurs (sociologie, histoire, sciences de l'information et de la communication, mais aussi sciences de l'ingénieur, sciences du vivant, mathématiques, philosophie, etc.) et, d'autre part, à la dimension qui, dans la communication, sera privilégiée par le chercheur. Beaucoup s'intéresseront à la dimension technique de la communication (définie implicitement comme transmissions par des machines de données mise en forme par un ou des émetteurs pour un ou plusieurs récepteurs), certains se pencheront sur la dimension sociale de la communication (entendue comme relation entre des êtres humains), tandis que d'autres étudieront la dimension sémiologique de la communication (comprise comme la construction de sens entre altérités), etc. En mettant à jour plusieurs dimensions de la communication, les différentes recherches contribuent ainsi à mesurer sa complexité. Complexité redoublée par le fait, également mis en valeur par les chercheurs, que la communication concerne plusieurs niveaux : les relations individuelles, les interactions au sein d'un groupe, les échanges au sein d'une société, les rencontres entre cultures différentes. De même, l'extrême diversité des objets analysés par les chercheurs - de l'affiche à Internet en passant par les voies de communication, les discours politiques, les chartes éthiques des entreprises ou les dialogues amoureux - soulignent la plasticité du mot communication qui renvoie tout aussi bien à des réalités physiques matérielles (routes, médias, etc.) qu'à des processus symboliques (discours, utopie, etc.). Enfin, les différentes théories de la communication qui produisent et engendrent ces travaux éparses contribuent à souligner la caractère équivoque de la communication puisqu'elle a été définie (la liste n'est pas exhaustive) comme : un facteur d'émancipation rationnelle au service de la démocratie (Habermas, 1997), une arme de manipulation détruisant l'esprit critique (Bourdieu, 1996), le moteur définissant le changement social au cours des siècles (Mc Luhan, 1968), une idéologie au service du libéralisme (Breton et Proulx), une utopie technique (Breton, 1992), la face dynamique de la culture (Watzlawick, 1978), le processus de stabilisation d'une vie communautaire (Dewey, 1966), etc.

La communication : éléments de définition

Cependant, malgré ou plutôt grâce à leur diversité théorique et **méthodologique***, les recherches sur la communication ont pu produire certains travaux convergents qui permettent de mettre à jour un socle étroit, mais assuré de connaissances qui font, aujourd'hui, l'objet d'un large consensus dans la

communauté des chercheurs. Nous voyons trois éléments constituant ce que l'on peut appeler un savoir scientifique commun :

1-la communication est une activité d'interprétation. Personne n'est absolument passif, même avachi en mangeant des pop corn devant notre téléviseur, nous n'enregistrons pas automatiquement le message diffusé, nous l'interprétons. Nous ne sommes pas des disques durs, mais des êtres créateurs de sens. Le sens n'est pas donné une fois pour toute par le signe. Chacun, en fonction de ses expériences, de sa culture, de son statut social, etc., attribue des significations différentes à un même message. En d'autres termes, ce que l'on veut signifier n'est jamais - sauf à transmettre des messages très pauvres et/ou à restreindre la liberté d'interprétation d'autrui - exactement ce que l'autre comprend. La communication ne permet pas la compréhension totale et réciproque, elle peut juste, parfois, réduire l'incompréhension, mais toujours en laissant des éléments d'incertitudes (ce que P. Livet, dans cet ouvrage, nomme « l'indécidabilité de la communication »). La communication n'est pas une solution, c'est un problème de construction du sens.

2-Le contexte participe à la construction du sens. Le travail de construction du sens dépend fortement du contexte dans lequel il s'effectue. Ce contexte constitue un cadre interprétatif qui participe à la construction du sens. Il 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 que le co-construisent et le perçoivent les personnes en relation³).

3-Toute communication met en œuvre quatre critères. La communication est ambivalente, en raison de sa complexité. En effet, on retrouve dans toute communication humaine les quatre critères suivants :

a) *L'espace.* Toute communication humaine met en relation des personnes qui, soit sont dans le même espace (modalité présenteielle : messes basses d'amoureux, conversation entre deux amis dans un café, etc.), soit ne le sont pas (communication à distance : tam tam dans la jungle, échange téléphonique, etc).

b) *Le temps.* Les individus peuvent diffuser des messages, partager des émotions, échanger des savoirs dans le même temps, c'est la communication synchrone : retransmission en directe des Jeux Olympiques, palabres sur un marché. Ils peuvent le faire aussi d'une manière différée, c'est la communication asynchrone : échanges de lettres, diffusion d'archives radiophoniques, etc.

c) *La technique.* Une communication peut s'établir sans l'intermédiaire d'aucun support technique ou, au contraire, passer par le truchement d'un support. Dans le premier cas on parlera de communication directe, c'est-à-dire d'une mise 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. Dans le second cas, certains emploient l'expression de « communication médiatisée » qui relie des hommes par divers supports techniques qui vont du simple porte voix au satellite de diffusion directe.

³ La co-construction de ce contexte est, elle aussi, sujette à interprétation si bien que les acteurs ne perçoivent pas forcément le même contexte ou peuvent le doter d'éléments différents.

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). 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 : le journal télévisé, le réquisitoire d'un procureur, etc.) et celles où chacun des protagonistes peut intervenir (communication interactive : interrogatoire de police, chats sur Internet, etc.).

En résumé, on peut définir la communication comme une relation humaine visant à la compréhension. Cette relation est complexe car elle met en œuvre au moins cinq facteurs ayant chacun des modalités très diverses: le temps, l'espace, la technique, la situation de communication et, bien entendu, le nombre (de deux personnes à plusieurs milliard). Ces différents facteurs et leurs différentes modalités se combinent entre eux offrant un nombre quasi infini de possibilités, si bien qu'il est impossible de saisir ensemble toutes les manifestations concrètes que recouvre le mot communication. C'est pourquoi, les théories de la communication sont si nombreuses et le socle commun de connaissances mis à jour si étroit.

Les apports de la revue Hermès à la compréhension de la communication

La revue Hermès a toujours souligné le caractère pluriel et contradictoire de la communication. Ce n'est pas, loin de là son seul apport, puisqu'on peut également mettre à son crédit :

-Un travail de légitimation de la communication comme objet de recherche et enjeu social majeur. Bénéficiant du travail pionnier de chercheurs iconoclastes comme Morin, Escarpit ou Schaffer⁴, la revue, publiée par le CNRS, a fortement contribué à légitimer les recherches sur la communication et à souligner de nombreux enjeux quelquefois sous estimés comme la cohabitation culturelle (Hermès, N°28 et 51⁵), les évolutions de la communication politique et de l'espace public (Hermès, N°1, 4 10, 13/14, 17/18), les guerres de mémoire (Hermès, N°52), etc.

-L'élargissement de la communauté de chercheurs s'intéressant à la communication. En invitant de nombreux auteurs n'appartenant pas aux sciences de l'information de la communication (SIC) à réfléchir aux divers aspects de la communication, la revue a fortement contribué à éviter l'enfermement de la communication dans une discipline unique, tout en introduisant, grâce à des chercheurs reconnus (Touraine, Boudon, Ferry, Abèles, etc.), la communication dans des communautés scientifiques traitant

⁴ Voir dans la même collection, le repérage de ces travaux pionniers proposé par Jacques Perriault, *Les racines oubliées de la communication*, Cnrs éditions, 2010.

⁵ En fin d'ouvrage le lecteur trouvera une liste complète faisant correspondre le numéro de la revue avec son titre, son année de parution etc.

jusqu'ici assez peu cet objet. A cet égard le numéro « Économie et communication » (Hermès 44) est exemplaire.

-La création d'un carrefour théorique. A une époque (la fin des années quatre-vingt) encore assez largement marquée, dans les SIC, par une approche critique d'inspiration marxiste, la revue a su s'ouvrir sur d'autres approches, empiriques, fonctionnaliste, etc. Dans cette ouverture, c'est une spécificité de la revue, il ne s'agit pas de privilégier une théorie sur l'autre, mais d'organiser leur confrontation au sein d'un même numéro. Ainsi le premier numéro de la revue montre comment des auteurs aussi divers que Pascal, Aristote, Girard, Smith, Habermas ou Popper peuvent éclairer la communication politique.

-Une ouverture sur la recherche internationale. Un quart du comité de rédaction actuel est étranger. Du coup chaque numéro présente des textes d'auteur étranger. Cette ouverture va plus loin, puisque la revue a fortement contribué à faire connaître en France les travaux américains sur la réception (Hermès 11/12) et à fait traduire en Français des textes majeurs qui n'étaient disponibles que dans leur langue d'origine (Hall, Habermas, Barbéro, etc.).

-La critique inlassable du déterministe technologique*. Si la revue est un carrefour interdisciplinaire favorisant la confrontation théorique, elle n'est pas pour autant une revue sans ligne directrice. Il en est une qui est affirmée avec force, c'est la volonté de penser les techniques de communication, en dehors de tout déterminisme technologique qu'il énonce un avenir radieux fabriqué par la puissance des réseaux ou un futur catastrophique marqué par le contrôle généralisée des outils informatiques. Il s'agit de penser les évolutions techniques dans toutes leurs contradictions, sans postuler une révolution radicale (Hermès, N°45, 50, 53).

La communication créatrice et destructrice de lien social

Ce numéro des Essentiel s'efforce de rester fidèle à cet état d'esprit de la revue en offrant des textes de disciplines différentes, s'appuyant sur des théories plurielles, offrant une ouverture sur le monde, remplaçant les enjeux techniques dans les enjeux de civilisation. Or nous l'avons dit, dans la première partie de cette présentation, l'un des enjeux majeurs de la communication et celui du vivre ensemble. Comment, dans une même aire géographique, plusieurs centaines de million de personnes peuvent éviter l'uniformisation tout en valorisant la diversité ? Question qui bien entendu se pose, de manière plus complexe encore, à l'échelle des milliards d'individus qui peuplent notre planète...

Comme le montre les textes réunis ici, la communication est à la fois une solution et un problème. En effet, la communication peut être un facteur favorisant le développement économique des pays pauvres (texte de F. Gouba) et un élément clef du changement social (M. Watin). C'est aussi une « parole magique » créant des prédictions auto réalisatrices ayant des conséquences économiques et politiques très concrètes dans nos sociétés démocratiques (A. Boyer) et, en même temps, une activité commune au

savant et au politicien et qui, par là même, participe à la création d'une communauté scientifique et d'une communauté démocratique, même si ces deux communautés obéissent à des logiques différentes (G. Achache). Mais si la communication renforce la communauté, qu'en est-il de l'Universel ? La communication, à cette échelle, ne peut pas créer un consensus rationnel unique valable pour tous et par tout. Elle ne peut qu'engendrer des débats critiques, des conflits rationnels (A-M. Roviello). Certes ces conflits liés à la diversité des valeurs peuvent renforcer la paix s'ils restent sous l'emprise de la raison⁶. Mais il existe d'autres conflits qui, pour René Girard, conduisent automatiquement à la violence : ceux qui sont générés par le désir de posséder les mêmes objets au même moment. Or une communication planétaire ventant partout en même temps les mêmes produits n'exacerbe-t-elle pas **ce désir mimétique*** (A. Jauvion). Finalement, la communication est-elle vraiment source de compréhension ? Ne faut-il pas admettre que nous vivons dans une société d'incommunication (R. Boudon) ? Incommunication qui tient moins à la fermeture de chacun à l'autre, mais qu'à l'essence même de la communication humaine (P. Livet) ?

Ni ange ni démon, la communication n'est ni un processus total impossible à expliquer ni un fait banal pouvant se laisser saisir par une théorie unique. La communication est tour à tour écoute et manipulation de l'autre, raison et émotion, rejet et recherche du même. C'est un phénomène à l'image de l'homme : imparfait, contradictoire, passionnant.

Références bibliographiques

- Bélisle C., Bianchi, J., Jourdan R. (1999). - Pratiques médiatiques. - Paris : CNRS Editions.
 Bougnoux D. (1995). - La communication contre l'information. - Paris : Hachette.
 Bourdieu P. (1997), sur la télévision, Paris, Liber-Raison d'agir.
 Boure R. (1992). - "La communication à la recherche de son objet". - CinemAction, N°63.
 Breton P., Proulx S. (1989). - L'explosion de la communication. - Paris : La découverte.
 Breton P. (1992). - L'utopie de la communication. - Paris : La découverte.
 Dacheux E (2004) -« La communication : éléments de synthèse », Communication et Langages, N°141.
 Dewey J., (1966), Democracy and Education, New York, Free Press (1916).
 Escarpit R. (1978). - "Pour une nouvelle épistémologie de la communication". - Communication au premier congrès de la SFIC, Compiègne.
 Goody J. (1979). - La raison graphique. - Paris : Editions de minuit.
 Gorz A. (2003), L'immatériel, Paris, Galilée.
 Habermas J. (1978). -L'espace public. - Paris, Payot.
 Habermas J. (1987). - Théorie de l'agir communicationnel. - 2 vol. - Paris : Fayard.
 Latour B. (1985). - "Les vues de l'esprit". - Culture technique, N°14.
 Lefort, C (1986), Essai sur le politique, Paris, Seuil.
 Mattelart A. (1994). - L'invention de la communication. - Paris : La découverte.
 McLuhan M. (1968). - Pour comprendre les médias. - Paris ; Seuil.
 Miège B. (1997). - La société conquise par la communication, T. 2. - Grenoble : PUG.
 Mucchielli A. (1991). - Les situations de communication. - Paris : Eyrolles.

⁶ Cf. la notion de « **conflit intégrateu *** » de Simmel.

- Neveu E. (1994). - Une société de communication?. - Paris : Montchrestien.
- Ricouer P. (1990). – Soi-même comme un autre. – Paris : Seuil.
- Vitalis A. (1992). - "Les nuisances invisibles des techniques d'information et de communication". - Terminal : N°57.
- Watzlawick P. (1978). - La réalité de la réalité. - Paris : Seuil.
- Watzlawick P., Beavin, J.H., Jackson Don D. (1972). - Une logique de communication. - Paris : Seuil.
- Wolton D. (1997). - Penser la communication. - Paris : Flammarion.
- Wolton D. (2009). – Informer n'est pas communiquer. – Paris, CNRS éditions.

Ce texte est un pré print

Pour le citer : Dacheux E. (2010), « La profonde ambivalence de la communication » in Eric Dacheux (coord.), La communication, Paris, CNRS éditions, pp. 11-31