

SCIENCE DE LA COMMUNICATION ET APPROCHE COMMUNICATIONNELLE.

Note critique

Simon Laflamme

Maison des sciences de l'homme | *Langage et société*

2002/1 - n° 99
pages 99 à 110

ISSN 0181-4095

Article disponible en ligne à l'adresse:

<http://www.cairn.info/revue-langage-et-societe-2002-1-page-99.htm>

Pour citer cet article :

Laflamme Simon, « Science de la communication et approche communicationnelle. » Note critique,
Langage et société, 2002/1 n° 99, p. 99-110. DOI : 10.3917/lis.099.0099

Distribution électronique Cairn.info pour Maison des sciences de l'homme.

© Maison des sciences de l'homme. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

Science de la communication et approche communicationnelle. Note critique

Simon Laflamme

Université Laurentienne

Au cours de l'année 1999, *la Revue européenne des sciences sociales* a publié un numéro qui a pour titre "Repenser la communication. Analyse d'un domaine insolite au carrefour des sciences sociales". L'ensemble des articles constitue une espèce de bilan où sont discutées bon nombre des questions importantes pour l'approche communicationnelle en sciences sociales et, plus généralement, en sciences humaines. Aussi, la lecture de ces textes offre-t-elle une occasion privilégiée de se mettre au fait de plusieurs des problématiques qui ont cours dans ce champ de recherche. Tous les textes présentent un intérêt certain, mais, pour des raisons d'espace, nous avons dû procéder à une sélection, dans le cas des trois dernières thématiques notamment.

LES MÉDIAS ET LES ACTEURS

Cinq articles débattent de la problématique classique du rapport entre les médias et les acteurs. L'article de Raymond Boudon, « Les principaux enseignements des sciences sociales au sujet de la persuasion de masse », est une réaffirmation de son individualisme méthodologique: les phénomènes sociaux se comprennent à partir des individus, qui agissent de façon rationnelle. La notion même de masse est réduite à une somme d'individualités. Pour faire valoir l'importance de l'action individuelle dans les communications de

masse, Boudon rappelle la thèse du *two step flow* (Katz et Lazarsfeld, 1955) qui montrait que les individus discutent au sein de leur réseau avant de se laisser convaincre par les messages des moyens de communication de masse. Cette thèse, en effet, fut l'une des premières à révéler avec force que le rapport entre les médias et leurs destinataires n'avait rien à voir avec l'image d'un être omnipotent qui commande à un ensemble uniforme et naïf. Mais les théories qui ont fait état de la complexité de ce rapport n'ont pas toutes donné lieu à une apologie de l'individu. Et l'on peut se demander si la vision d'un acteur rationnel, même « au sens large » (95), n'est pas aussi surannée que le modèle de l'acteur social influencé de façon mécanique! Parler d'acteur autonome, c'est, dans la même logique que celle qui veut que les médias soient tout puissants, se confiner dans l'analyse d'une seule des dimensions du phénomène social: la réaction, ou plutôt l'action des individus pris individuellement, dont on postule qu'ils sont rationnels.

Boudon admet bien que l'acteur peut se laisser convaincre d'« idées fausses, douteuses et invalides ». Mais alors, pourquoi tenir autant, à cette rationalité – catégorie, d'ailleurs, plus idéologique qu'analytique! Comme si le social n'était pas autant relation que raison, aussi bien émotion que raison! L'émotion ne parvient, d'ailleurs, à la logique des modèles rationalistes que ramenée à l'intérêt par où l'on peut l'absorber dans la raison. Boudon, comme tous les hyperrationalistes (Garfinkel, Habermas...), sent bien que tout n'est pas réductible à la raison, et c'est pourquoi il cherche à étirer cette notion, sans trop la déformer. Il le fait en glissant du rationalisme vers un cognitivisme qui ne conserve que l'idée d'un acteur rationnel individué, dont la psyché est strictement connaissance. La psyché de l'acteur social y a tout de même gagné: la raison devient « effet cognition », c'est-à-dire « tout processus de savoir: en un mot, mélange d'*a priori* et de données de l'observation » (90).

Boudon craint le social. C'est pourquoi il n'étudie jamais des relations, c'est pourquoi il s'accroche à l'individu et à la raison (ou au savoir). D'une façon générale, dans ses exposés, les preuves se fabriquent par addition. Il prend des phénomènes sociaux, et il

cherche tant qu'il peut une raison. S'il y a quelque rationalité dans un phénomène social, Boudon la trouvera, si enfouie, si partielle soit-elle, puis il l'érigera en principe du tout. On pourrait tout aussi bien faire la démarche inverse et montrer que les acteurs ne sont pas si rationnels qu'il l'avance. Mais ce serait retomber dans le piège que tend toute science sociale qui n'assume pas la dialectique de la structure sociale et de l'action.

Le texte de Bernard Dagenais, « L'hégémonie des médias sur nos façons de penser, d'être et d'agir » chante la puissance des médias en rassemblant une multitude de thèses hétéroclites qui montrent leur pouvoir: sélection de l'information par les bureaux de rédaction, influence de la publicité sur les contenus diffusés, importance du nombre de destinataires pour le diffuseur, obligation de rendre l'information spectaculaire. « L'homme politique, écrit Dagenais, est devenu une marionnette » (180) entre les mains des médias. Comme si les médias ne subissaient aucune influence du politique! Bien entendu, les moyens de communication de masse ont eu une grande influence sur la manière dont les sociétés contemporaines ont aménagé la politique. Mais le politicien d'avant n'était pas moins déterminé par la structure sociale. La masse-médiatisation des sociétés a permis de prendre conscience du caractère essentiel de la communication dans le social et le sociétal; mais c'est précisément cette communication qu'il faut comprendre. On ne peut certainement plus concevoir le social sans moyens de communication de masse, mais cela n'oblige pas à réduire le social à ces mêmes moyens de communication de masse.

Élisabeth Noëlle-Neumann retrace l'histoire de « L'étude de l'influence des médias; un drame dans l'histoire des sciences ». Cette histoire, selon elle, compte trois périodes. Au cours de la première période, de nombreux travaux, plus ou moins rattachés à Lazarsfeld, mettent en évidence un destinataire individuel, autonome, et actif (129). Durant la deuxième période, la télévision transforme le rapport à l'information, et il devient difficile de soutenir l'idée d'une influence marginale des médias. C'est probablement pourquoi l'attention des chercheurs se tourne vers

les journalistes, responsables des informations que les médias livrent à leurs destinataires. Mais l'accent est toujours mis sur l'acteur et l'appareil conceptuel ne change pas. Dans la troisième période, de vastes enquêtes établissent des liens entre les contenus médiatiques et les sondages d'opinion. Mais elles révèlent l'influence des médias s'exerce « moins par une action directe sur l'opinion des individus que par un détour, de manière indirecte donc, par l'empreinte du climat de l'opinion sur la nature sociale des hommes et sur la représentation qu'ils ont de leur environnement » (128). E. Noëlle-Neumann reprend ainsi son importante thèse de « la spirale du silence » sans cependant reprendre la thèse de la dialectique des médias et de leurs destinataires, comme si les médias pouvaient créer un discours politique qui ne participerait pas de la problématique politique d'une population!

Dans son article sur « L'information et la sensibilité des électeurs à la conjoncture », Jacques Gerstlé se demande si les votants réagissent seulement en fonction des informations auxquelles ils ont eu accès depuis peu, ce qui témoignerait d'une grande influence des moyens de communication de masse. Après avoir mobilisé des travaux qui portent sur la persuasion et sur la mémoire, et après avoir examiné des campagnes électorales françaises, J. Gerstlé opte pour le « modèle de l'électeur aux préférences éclairées » qui n'est ni empreint d'une parfaite autonomie, d'un net discernement (modèle rationnel) ni détaché d'une socialité (modèle de l'électeur sensible). « Comment interpréter le déclin de deux minimalismes qui sont associés, c'est-à-dire le fait que le citoyen est moins démuni politiquement et plus actif qu'on ne le pensait et l'idée que les médias d'information sont plus puissants qu'on le croyait ? » (155). Voilà la question qui se pose au terme d'une réflexion qui a le mérite d'aborder le rapport entre les acteurs sociaux et les médias sur un plan dynamique.

Cette dynamique, Francis Balle l'observe dans les rapports entre les principaux acteurs du monde des médias. Dans « Les médias contre la culture », il observe que « [d]epuis un siècle et demi, là où

l'économie marchande est alliée à la démocratie politique, tout se passe comme si la vie intellectuelle se déroulait à l'intérieur de l'espace triangulaire figuré par ces trois acteurs que l'on peut appeler marchands, mandarins et médiateurs » (323). Les premiers sont en quête de profits et sont à l'écoute des demandes du marché. Les seconds sont à la recherche de vérités et réclament la libre-pensée. Les autres sont les gens des médias et leur discours se situe à l'intersection des logiques des deux autres. Tant que ce triangle parvient à se reproduire, il n'y a pas à craindre les médias. Si l'un des acteurs de cette partie l'emporte sur les deux autres, il faut craindre tous les abus. L'analyse de Balle permet de faire une place au principe réaliste de la pluralité des pouvoirs sociaux.

LE RÔLE DES MÉDIAS

Un deuxième groupe d'analyses porte sur le rôle des médias.

J. Lazar propose une réflexion sur « Le silence: autre forme de communication ». Elle remarque que l'analyse de la communication de masse a négligé le silence ce qui est une grave lacune puisque les médias de masse constituent la principale source d'information dans les sociétés démocratiques avancées. Pour illustrer sa position, J. Lazar retrace trois périodes du traitement médiatique du phénomène du sida. La première est celle de « l'apparition de la maladie ». Les médias mettent l'accent sur « le groupe à risque » des homosexuels et tiennent un discours moralisateur. Mais ils demeurent relativement silencieux, abandonnant le sujet aux scientifiques. Dans la seconde période où le virus est isolé, les médias s'intéressent à la maladie, mais n'abordent pas les questions fondamentales auxquelles le public demande une réponse. La troisième période est celle de « la contamination par le sang » ; les médias ne font pas état des découvertes qui auraient pu empêcher des catastrophes comme celle de l'infection du sang des hémophiles. Dans cet article, Judith Lazar signale que le discours sur le sida prend différentes expressions selon qu'il est véhiculé par

les spécialistes, les décideurs, les médias ou le citoyen ordinaire, cas où il coïncide souvent avec la rumeur. Sa réflexion pose aussi une question d'ordre éthique sur le rôle des journalistes « qui doivent diffuser les nouvelles essentielles. [...] On a pu constater, dans le cas du sida, qu'ils attendaient les nouvelles des spécialistes. Comment se comporteraient-ils lors d'une tragédie où seule la rapidité de la diffusion des nouvelles pouvait prévenir une catastrophe? (202) »

Le phénomène du sida a aussi suscité la réflexion de Claudine Herzlich et Janine Pierret sur « La construction d'un phénomène social: le sida dans la presse française ». La notion de construction, empruntée à Berger et Luckman, ne donne pas lieu à une opérationnalisation. En fait, les auteures examinent seulement la manière dont la presse française traite du sujet au cours de la période de janvier 1982 à juin 1986: le moment où, par exemple, la presse vulgarise le discours scientifique, ou celui où elle fait état de la croissance de la maladie, ou encore celui où elle révèle la maladie comme « phénomène de société » qui sort de la rubrique médicale (225).

LA QUÊTE MÉTHODOLOGIQUE

Le groupe des écrits méthodologiques comprend quatre auteurs: George Gerbner, Timur Kuran, Denis McQuail et David R. Olson. C'est sur les propos de T. Kuran que porte notre critique. Son article, « Préférences privées et préférences publiques » dépeint un acteur social rationnel qui agit relativement à ses préférences et en fonction de son intérêt. Les préférences sont de deux ordres. Les préférences privées – exprimées dans l'intimité – et les préférences publiques – qui sont exposées aux autres – ne coïncident pas toujours, ce que Kuran explique tantôt par le « besoin inné d'attention humaine » (296), la « pression du groupe » (297), tantôt par référence au « besoin d'autonomie » qui permet à certains d'exprimer leur opinion, même s'ils savent que leurs auditeurs souhaiteraient entendre autre chose.

Tout, ici, n'est qu'une question de « bénéfiques » ce qui renvoie à la logique de l'utilité, qui se manifeste dans trois registres : celui de l'utilité privée est « le bénéfice net escompté par un individu d'une décision particulière » (299); celui de l'utilité notoire associée aux préférences affichées. Enfin celui de l'utilité liée à la satisfaction que retire une personne en fonction de son "besoin d'autonomie" (302). Ces trois utilités cumulatives peuvent procurer une utilité totale, ce que Kuran formalise dans une équation bien simplement additive: $U = P(d(y_i)) + R(y_i) + A(x_i, y_i)$. « En décidant s'il va ou non révéler une préférence, l'individu pèsera les pour et les contre puis évaluera toutes les options et choisira celle qui lui paraîtra la plus prometteuse en termes d'utilité totale » (308). L'essentiel du projet consiste donc à rethéoriser l'intuition d'un acteur rationnel. La superposition des registres de l'utilité, croit Kuran, permet de rejeter la thèse de l'économie néoclassique selon laquelle « l'utilité privée égale l'utilité totale » (309)! Elle permet aussi de comprendre le phénomène de la « falsification des préférences », que l'histoire a connu en de nombreuses occasions (316).

Dans toute cette plaidoirie, on retrouve l'acteur isolé, qui n'a de social que le fait qu'il doive agir, après réflexion, en fonction des autres, selon que cela sert son intérêt. On ne voit pas cet acteur partager des symboles ou des biens; la culture même n'apparaît que sous la forme d'un enjeu pour un acteur délibérant pour savoir s'il doit ou non révéler aux autres ses préférences privées. Et les préférences, l'acteur les a par définition; elles sont liées à sa nature. On ne le voit pas établir ses "préférences" dans et par l'histoire, dans et par la communication. On ne le voit pas non agir socialement selon des émotions, situation où l'idée même d'une réflexion qui précède l'action ou l'expression de quelque chose paraît absurde.

CRITIQUE DES SCIENCES DE LA COMMUNICATION

Parmi les auteurs qui critiquent les sciences de la communication, comme Klaus Krippendorff, Pierre Achard et Thomas B. Farrell, nous avons retenu l'article de Klauss Krippendorff, « De la construction des gens dans l'enquête sociale ». Sa thèse est simple : les sciences humaines construisent leurs objets, ce qui est bien établi en épistémologie. Mais Krippendorff ne fait pas que noter le phénomène ; il le déplore. Pour parvenir à ces conclusions, l'auteur formalise à sa manière (quoiqu'en empruntant beaucoup à Buber (1970) et à ses disciples) un discours qu'on trouve dans des sociologies aussi importantes que l'ethnométhodologie, l'ethnographie institutionnelle ou l'actionnalisme et dans des courants de pensées comme le féminisme. Dans ces milieux, en effet, on refuse l'approche qui fait usage de catégories abstraites parce qu'elle n'a pas accès à la situation telle qu'elle est vécue par les humains. En fait, on rêve d'une science qui soit le vécu même de l'être étudié. Mais d'abord cette épistémologie utopiste ne dénonce la « science sociale traditionnelle » que dans la mesure où cette science recourt à des catégories empiriques ou politisées : consommateurs ou classe sociale, par exemple ; le champ des catégories non empiriques lui échappe : échange, dialectique, symbolisation, réification... Ensuite, cette épistémologie ne dénonce pas son propre usage de catégories empiriques. Troisièmement, cette épistémologie met sur le même plan tous les discours sociaux et interdit l'usage de catégories qui ne sont pas directement empiriques. À prendre cette position au pied de la lettre, on ne peut plus recourir à un instrument statistique ; on ne peut faire de la science sociale que dans la mesure où l'on parle d'objets empiriques... C'est précisément dans cet esprit que Krippendorff construit sa typologie hiérarchisée des savoirs. Au niveau le plus bas, on trouve la science du "je-il" ; l'objet réagit là comme une « machine triviale » à laquelle le chercheur ne prête aucune autonomie. Au second niveau, l'approche est celle du "je-ils" ; le chercheur accorde quelque autonomie à l'objet. Au troisième niveau,

celui du “je-vous”, commence à poindre une interdépendance entre le chercheur et son objet, mais cette interdépendance est instrumentale. Au niveau ultime, celui du “je-tu”, le chercheur reconnaît son être dans l’objet et il vit, par rapport à lui, dans une relation d’interdépendance sans que cela menace ni son autonomie, ni celle de l’être étudié. L’exemple type de relation je-tu, à la fois analytique et affective « est l’amour » (47). C’est la science sociale la plus noble qui entretient une relation d’affection avec les objets empiriques humains, en même temps qu’elle les étudie.

Nous passons sur le fait que la typologie de l’auteur ne donne en illustration que des exemples caricaturaux de science. Nous passons aussi sur les glissements sémantiques grâce auxquels la typologie revêt quelque pertinence. Ce que nous notons, c’est que Krippendorff craint l’activité de construction inhérente à la science, parce qu’il imagine des savoirs humains qui ne sont pas construction du monde, comme si la conscience de l’acteur en tant qu’acteur n’était pas elle-même construction du milieu environnant. Krippendorff, en outre, craint les processus d’objectivation – qu’il confond d’ailleurs avec une absurde prétention à l’objectivité – parce qu’ils ne se calquent pas sur la subjectivité, comme s’il ne pouvait y avoir de vérité que dans l’empathie. Il confond l’analyse de l’objet et le vécu de l’objet et, il finit par ne voir dans la science qu’un processus de déformation de l’objet humain. Il ne voit pas dans le processus de construction son pendant, le processus de réaction; il parle de la science comme si elle ne communiquait pas avec le monde étudié et comme si la construction du monde par la science n’était pas en même temps une construction de la science par le monde

L’APPROCHE COMMUNICATIONNELLE EN SCIENCES HUMAINES

Le dernier regroupement comporte des textes d’Alban Bouvier, de Michel Renault, de Paul Claval et de Xavier Mignot. Nous avons retenu le texte de M. Renault.

Il n'y a pas d'économie en dehors de la société, il n'y a pas de société sans socialisation, il n'y a ni socialité ni socialisation sans communication. La science économique doit donc être une science de la communication. C'est ce que soutient M. Renault dans « Économie et coordination des comportements: communication ». Et il affirme en même temps que les échanges de biens s'apparentent aux échanges d'informations, de sorte que les modèles communicationnels peuvent expliquer les phénomènes économiques. La thèse n'est pas nouvelle. L'anthropologie lévi-straussienne a déjà montré la similitude de la circulation des idées et de la circulation des biens; elle a même déjà évoqué le projet d'une analyse de la triple circulation des biens, des idées et des personnes – projet auquel nous avons, d'ailleurs, donné suite dans *La société intégrée* (1992). On trouve aussi chez Baudrillard le principe selon lequel les échanges de biens sont forcément des échanges symboliques. Mais le mariage que M. Renault célèbre entre l'économie et les communications a pour principaux témoins le pragmatisme de Dewey et de Cooley et surtout la psychosociologie de Georg H. Mead. La théorie des communications qui se développe là, estime-t-il, est en fait l'aboutissement d'une thèse qui a été conçue en économie, dès la naissance de la discipline, celle de la sympathie chez Adam Smith: l'échange économique suppose une identification d'un individu désirant échanger avec un autre individu qui a quelque chose à échanger avec lui. La sympathie intervient dans le schéma de G. Mead comme un processus général de communication sous une forme similaire à celle que Smith envisageait. Ainsi, dès son origine, la science économique était, au fond, déjà une science de la communication. L'économie ne peut pas faire reposer ses analyses sur le principe d'un acteur individualisé. Tout acteur vit toujours en société, il partage toujours quelque chose avec les autres acteurs de la société à laquelle il appartient. L'économie, même si elle ne comprend les échanges qu'à partir des individus, doit donc nécessairement aborder ces individus en tant qu'ils appartiennent à un ordre social au sein duquel est essentielle la dimension

communicationnelle qui permet aux acteurs de se reconnaître dans les autres B, c'est-à-dire de vivre en état de sympathie. En outre, les échanges économiques supposent un ordre social, une cohérence qui procède en grande partie des interactions humaines, donc de la communication.

Aborder le social par la structure, c'est vite comprendre l'intégration de ses dimensions et ouvrir l'analyse à la communication. L'anthropologie structurale en est un bel exemple. Mais partir de l'individu, comme cela se fait presque par nécessité en science économique, c'est finalement comprendre la socialité de l'individualité et rechercher la part de la communication.

CONCLUSION

Les sciences de la communication n'en sont plus à porter des jugements de valeur sur l'autonomie de l'acteur ou sur la puissance des médias. Médias de masse et acteurs sociaux ne peuvent se comprendre désormais que de façon dialectique. Les moyens de communication de masse sont un élément de la constitution des sociétés auquel l'acteur ne peut échapper, mais il n'y a pas d'institution sociale, d'éléments des structures sociales qui ne soient déterminés par les actions sociales. Il s'agit là d'un principe. Les sciences de la communication n'ont donc plus à découvrir si les acteurs sont libres de l'influence des médias, elles ont bien plutôt à saisir comment se produit socialement la communication entre les médias et les destinataires de leurs messages. La communication entre les individus eux-mêmes ne peut se comprendre en dehors du fait que la société à l'intérieur de laquelle ces individus échangent est marquée par les moyens de communication de masse. Par ailleurs, il faut dorénavant reconnaître que l'acteur lui-même n'est jamais qu'en situation communicationnelle, de sorte qu'il est vain de chercher à le comprendre comme pure individualité. La plupart des difficultés tant méthodologiques que conceptuelles auxquelles sont confrontées les sciences de la communication proviennent du

fait qu'elles n'assument ni la dialectique de l'action et des médias, ni le caractère foncièrement communicationnel de l'humanité. Au fur et à mesure que se révèle l'un ou l'autre de ces principes, les sciences humaines sont appelées à délaisser les catégories phénoménologiques et à incorporer une approche qui permet d'aborder l'humain comme être nécessairement communicant et le social comme lieu fondamental d'échanges d'informations. On est loin de connaître la portée d'une telle vérité. La plupart des théories l'entrevoient sans l'intégrer. En attendant, les sciences humaines se transforment ou se regroupent pour lui aménager quelque place. C'est ce que révèle l'ensemble des textes que Judith Lazar a réunis.

BIBLIOGRAPHIE

BUBE M. (1970) – *I and Thou*. New York, Charles Scribner's Son.

KATZ Elihu & Paul F. LAZARSFELD (1995) – *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*. Glencoe, The Free Press, 1955.

LAFLAMME Simon (1992) – *La société intégrée*. New-York, Berne, Paris, Peter Lang,