

Notes Bibliographiques :

- (1) Danielle Charon : une introduction à la communication, Québec : Teleuniversite, 2000, P 7.
- (2) Michel Bromberg : Psychologie sociale et communication, Paris : Dunod, 2004, P11.
- (3) Dominique Wolton : Penser la communication, Paris : Flammarion, 1997, P23.
- (4) Ibid, P 24.
- (5) Jean Paul Meunier : Introduction aux théories de la communication, Paris : De Boeck, P 13.
- (6) L'écran de la Télévision, pour sa part, de par sa possibilité de fragmentation, y contribue largement.
- (7) Alex Mucchielli et J. Cuirvarch : Nouvelles méthodes d'études des communications, Paris : Armand Collin, 1998, P 12.
- (8) Bernard Miege : La pensée communicationnelle, Grenoble : Presses universitaires de Grenoble, 2000, P 9.
- (9) Paul Flicky : Le marketing politique, Paris : Edition Dunod, 2007, P 3.
- (10) Alex Mucchielli et J. Cuirvarch : Nouvelles méthodes d'études des communications, op, cit, P 15.
- (11) Daniel Bougnaux : Les enjeux de l'information, Paris : Edition Dunod, 2006, P 27.
- (12) Jean Baudrillard : Débats sur la communication, Paris : Edition Gallimard, 2001, P 33.
- (13) On peut être redevable à la « médiologie » d'avoir reproblématisé cet aspect de la communication.
- (14) Jean Merysat : « Information où communication ? », In L'espace social de la communication, Concepts et théories, Paris : CNRS, 1990, P19.
- (15) Ibid., P 21.
- (16) Voir Jean Bernard Fages : La justification de l'approche interdisciplinaire de l'étude des médias, In media : The méthodes et perspectives, Québec : Nota Bene, 2010, P 7.
- (17) Pour cette notion, voir « le contrat de communication dans une perspective langagière : contraintes psychosociales et contraintes discursives », Bromberg M & Tragnon A, 2004.
- (18) Griffin E.A : A first look at communication theory, New York : Mc Graw Hill , 2007, P 105.
- (19) Ibid, P 106.
- (20) Voir le schéma proposé dans « La justification interdisciplinaire de l'étude des médias, Op, Cit, P 203
- (21) Armand Mattelard : Histoire des théories de la communication, Paris/ Edition La découverte, 2005, P 27.
- (22) Patrick Charaudeau : Un modèle socio-communicationnel de discours : entre situation de communication et stratégies d'individuation, In Medias et culture, Paris : L'harmatton, 2006, P 78.
- (23) Ibid., P 79.
- (24) John Lohisse : le discours politique, Paris : Edition Gallimard, 2005, P 17.
- (25) Voir comment le langage se noue dans un modèle socio-communicationnel du discours, Cahiers de linguistique française, 2004, P 29 – 34.
- (26) Voir le concept d' « Interdisciplinarité focalisée » dans « La justification de l'approche interdisciplinaire de l'étude des medias », Op, Cit, P 133 – 140.

simple, car le sens de ces imaginaires sociaux est toujours caché dans l'implicite du discours. Mais c'est, de mon point de vue, dans cette perspective que doit se situer une analyse du discours, si on ne veut pas que celle-ci se réduise à une simple paraphrase de texte, comme cela est parfois le cas. Et pour ce faire, il n'y a d'autre possibilité que d'avoir recours à d'autres disciplines. Ce n'est que dans une interdisciplinarité raisonnée que peut se faire ce travail d'interprétation.

Pour qu'une analyse du discours soit une discipline qui contribue réellement à une meilleure compréhension des phénomènes psychologiques et sociaux de la communication, il faut qu'elle dispose d'une théorie de l'action [25] et de la situation de communication, d'une théorie des stratégies de discours en s'appuyant sur les acquis de la rhétorique, d'une théorie des genres du discours et d'une théorie des imaginaires sociaux en s'appuyant sur des données de la sociologie, de la psychologie sociale et de l'anthropologie sociale.

Conclusion

Au terme de cette réflexion, plusieurs suggestions peuvent être faites. L'une, concerne la constitution des champs disciplinaires. Entre nécessité institutionnelle de partage des territoires en disciplines d'un côté (qui donne souvent lieu à des rivalités stériles), et pertinence scientifique de l'autre, il convient de se fixer sur ce que j'ai appelé «des cadres de pertinence théorico-méthodologique» et voir ce que chacun peut apporter à la connaissance des phénomènes sociaux, en l'occurrence de celui de la communication. Ce n'est que dans ces cadres que l'on peut discuter les résultats des analyses, à la fois en s'y référant et en interrogeant les catégories.

Une autre concerne l'interdisciplinarité, terme que je préfère à celui de «pluridisciplinarité». Il s'agit que les tentatives de mise en regard de différentes disciplines se fassent du point de vue de chacune d'entre elle pour que l'on comprenne la pertinence des interrogations. Une addition de disciplines n'est jamais la garantie d'un pouvoir explicatif supérieur à celui d'une seule discipline, car on ne saurait de quel point de vue d'interpréter. Il faut que chaque discipline ne perde pas son «lieu géométrique» [26], qu'elle conserve son principe de pertinence, seule garantie de son existence disciplinaire. De mon point de vue, la pluridisciplinarité ne peut aboutir qu'à la production de «commentaires» sur les phénomènes sociaux; l'interdisciplinarité permet d'aboutir à la production d'un discours d'«analyse interprétative». C'est dans cette perspective que l'on peut traiter, par exemple, la question de savoir si les médias manipulent ou non, la question de la déontologie du discours médiatique.

Une autre, enfin, concerne, à l'intérieur de la problématique de l'interdisciplinarité, le rapport entre sémiotique, analyse du discours et communication. Une fois de plus, si l'on écarte l'aspect institutionnel, on s'aperçoit que ces disciplines, ou courants d'une même discipline, partagent des mêmes objectifs d'analyse avec certains instruments qui sont communs et d'autres ayant leur propre spécificité. On voit tout l'intérêt qu'il y a à les rendre complémentaires. Aussi aurais-je tendance à penser que la sémiotique, les sciences du langage et les sciences de l'information et de la communication, avec leurs différentes approches sociologiques, psychosociologiques et technologiques, ont tout intérêt à collaborer, c'est-à-dire à s'écouter et à s'interroger mutuellement.

du domaine thématique dont il est question et des circonstances matérielles dans lesquelles ils échangent. Cela exige que l'on dispose d'une théorie de l'action et de la situation de communication sans laquelle ne pourrait être étudié le discours, car celui-ci ne peut être saisi que par rapport aux conditions qui le surdéterminent.[22]

La deuxième question repose sur l'hypothèse qui dit qu'il ne suffit pas pour le sujet parlant qu'il parle ou écrive, car il faut encore que son interlocuteur puisse penser que, d'une part, ce qu'il dit est fondé en vérité, d'autre part, ce qu'il dit correspond à ce qu'il pense. Autrement dit, tout sujet parlant doit être crédible, et lui-même ayant conscience de cette nécessité devra faire en sorte de se rendre crédible. On ne va pas traiter ici la question de la vérité ni celle de la sincérité, questions si délicates et complexes, mais seulement poser que tout sujet parlant a besoin de crédibilité, et qu'il faut donc étudier les moyens discursifs qu'il peut mettre en œuvre pour y parvenir. Cela suppose une observation du langage en termes de stratégies discursives qui permettent au sujet de se construire une certaine image vis-à-vis de son interlocuteur, de se construire un ethos[23]

La troisième question repose sur l'hypothèse qui dit que l'interlocuteur, ou le destinataire de tout acte de langage, n'est pas obligé, a priori, d'accepter l'échange ni, une fois celui-ci accepté, d'entrer dans l'univers de discours du locuteur qui s'adresse à lui. On peut même ajouter, qu'une fois l'univers de discours accepté, il se peut que l'interlocuteur n'interprète pas les propos de son partenaire de façon conforme à l'intention de celui-ci. Les malentendus, contre sens ou déviations interprétatives sont le lot commun de la communication humaine. Il faut donc que le sujet parlant s'emploie à faire en sorte que son interlocuteur accepte l'échange, entre dans son univers de discours et l'interprète correctement, voire y adhère. Pour ce faire, il fait œuvre de stratégie, en organisant son discours de façon à persuader ou séduire son interlocuteur. Le sujet parlant doit savoir produire non seulement des effets d'ethos, comme dans l'hypothèse précédente, mais aussi des effets de pathos : manier le langage du point de vue rhétorique pour créer une connivence avec l'interlocuteur.

La quatrième question repose sur l'hypothèse que l'être de langage a pour tâche de décrire le monde, les objets qui le constituent, les événements qui y surgissent et les explications qui peuvent en être données. Et c'est l'ensemble de ces descriptions, de ces récits et de ces explications qui constituent des savoirs sur le monde. Aussi se livre-t-il à une activité rationalisante (logos) qui consiste à raconter et ou à argumenter en maniant le langage du point de vue sémantique. Il construit alors des savoirs de connaissance et de croyance[24] qui sont censés être partagés par les membres d'une même communauté, savoirs qui sont les garants du lien social.

Mais pour montrer qu'on a le droit à la parole, que l'on est digne de crédibilité et que l'on sait capter son interlocuteur, il faut une cinquième condition qui réside dans le savoir manier la matérialité du langage : ses formes (morphologie), ses règles de combinaison (syntaxe), ses jeux de sens (sémantique) et les ordres d'organisation du discours (énonciatif, descriptif, narratif et argumentatif). Dès lors, on a besoin en tant qu'analyste de relever de façon systématique les marques formelles des actes de langage, sans oublier cependant que le double phénomène de la polysémie des marques formelles et de la polyphonie des actes de discours nous oblige à interpréter ces relevés formels avec beaucoup de prudence.

Ajoutons à ces questions une ultime remarque. Si, comme on l'a dit, une discipline du discours a pour but d'étudier le phénomène de la communication en tant que processus de mise en relation entre langage, sujet, sens et lien social, alors il nous faut une théorie de l'interprétation, une sorte d'herméneutique, qui permette de faire émerger des corpus de textes que l'on analyse le sens qui témoigne des relations que les individus d'un groupe social se donnent, construisent, par rapport à la vérité, ou plus exactement par rapport à leurs imaginaires de vérité, car la vérité a plusieurs visages, les visages que chaque groupe veut bien lui donner. Évidemment, la tâche n'est pas

savoir.[20] Mais chacune de celles-ci le fait dans le domaine disciplinaire qui est le sien en construisant un cadre d'analyse et un objet d'étude.

On ne confondra donc pas le phénomène social avec l'objet d'étude. Toute analyse d'un phénomène social a besoin de se référer à un cadre conceptuel constitué d'un certain nombre de principes fondateurs, d'hypothèses générales, de concepts qui permettent de construire le phénomène en objet d'analyse. Ce cadre résulte d'une réflexion théorisante qui fonde et rend pertinente l'activité d'analyse en déterminant en même temps son objet d'analyse auquel celle-ci s'appliquera. Sans cadre théorique, point de définition de l'objet, point d'évaluation possible de l'analyse.

Ce cadre cependant ne constitue pas le tout de l'activité d'analyse. Car celle-ci a besoin d'être validée par l'épreuve de la description empirique ou expérimentale de l'objet, et de l'établissement raisonné des résultats. Il s'agit alors d'élaborer des outils de description et de probation qui déconstruisent l'objet d'analyse et conséquemment le reconstruisent en catégories censées rendre compte d'un certain fonctionnement du phénomène étudié. Cet outillage comme ensemble de catégories et de procédures constituent ce que l'on appelle une «méthodologie»,

C'est ce couple théorie-méthodologie qui définit une «discipline» comme un ensemble de contraintes sous formes de règles, de procédures ou de catégories descriptives, lesquelles dépendent de «propositions» jouant le rôle de postulats ou d'hypothèses fondatrices. Démarche hypothéticodéductive qui caractérise les disciplines à l'intérieur des sciences humaines et sociales, mais dont chacune élabore ses principes définitoires et son outillage méthodologique.

3. La communication comme objet d'étude des disciplines du discours

Quelle spécificité caractérise les «disciplines du discours». Cette dénomination englobante participe d'une volonté, de ma part, de ne pas opposer à priori les disciplines traditionnellement dénommées «analyse du discours» et «sémiotique», celles-ci ayant comme objet commun le discours et des outils d'analyse proches issus d'une même filiation sémiolinguistique. Au plus pourrait-on parler de deux courants d'analyse à l'intérieur d'une même discipline. [21]

L'étude de la relation entre langage, sens et lien social est ce qui constitue l'objet des analyses du discours. Et la grande difficulté --mais aussi le grand intérêt de ces disciplines- est de tenter de décrire la façon dont s'articule, d'un côté, le monde de l'action psychologique et sociale avec, de l'autre le monde du langage. Une façon de traiter ce double objectif consiste à se poser cinq questions : qu'est-ce qui donne droit à la parole aux individus, qu'ils parlent en leur propre nom ou au nom de groupes? Qu'est-ce qui fait que le sujet parlant peut être cru quand il parle ou écrit? Comment peut-il arriver à capter l'attention de son interlocuteur? Comment les êtres de langage construisent les savoirs sur le monde ? Par quels moyens exprimer ces intentions ?

La première question repose sur l'hypothèse qui dit que ne parle pas qui veut, dans n'importe quelle circonstance. Il faut qu'il y ait une raison pour parler et s'adresser à quelqu'un. Quand on croise un passant dans la rue, on ne peut s'adresser à lui n'importe comment ni lui parler de n'importe quoi.

On a déjà observé que quand on est dans une réunion, on ne peut prendre la parole de n'importe quelle façon; quand on fait une communication dans un colloque, quand un homme politique s'adresse aux citoyens, quand on écrit une lettre intime ou administrative, on sait qu'il faut que l'on soit fondé à le faire: tout sujet parlant doit être légitimé. Cela veut dire que le droit à la parole n'est jamais donné par avance qu'il n'est pas un fait naturel : ce droit est donné par la situation dans laquelle on parle. Aussi faut-il que l'on se dote des moyens pour analyser ces conditions de production que sont les composantes de toute situation de communication, du point de vue de l'identité de ceux qui échangent du discours, de la finalité et de l'enjeu de leur échange,

d'analyse, dans un deuxième temps d'en dégager les caractéristiques générales au regard d'une ou de plusieurs disciplines.

Tout phénomène social peut être perçu comme tel au fait qu'on y reconnaît à la fois une structure et un ensemble de processus qui témoignent de la façon dont les sujets se meuvent dans ces structures.[16] S'agissant du phénomène de la communication, on dira que la structure correspond aux caractéristiques de la situation dans laquelle se produit l'échange langagier, laquelle détermine par avance les places que doivent occuper les partenaires, les rôles qu'ils doivent assumer en tant que sujets parlants et les instructions discursives auxquelles ils doivent se soumettre. Ces places, ces rôles et ces instructions font partie d'un dispositif qui sert de contrat de reconnaissance, [17] condition surdéterminante pour que se réalise tout acte de communication. Les processus, eux, correspondent aux positionnements et comportements qu'adopte le sujet communicant pour réaliser son intentionnalité communicative, ce qu'il fait en mettant en œuvre diverses stratégies à l'aide de certains procédés discursifs.

Ainsi, tout acte de communication peut être considéré comme un phénomène social qui se caractérise par le fait que les individus cherchent à entrer en relation les uns avec les autres, à établir des règles de vie commune, et à construire une vision commune du monde. Tout cela se fait à l'aide du langage, à travers le langage même, sans lequel il n'y aurait pas de société humaine. Le langage, en mettant les individus en relation entre eux, crée du sens, et ce sens crée du lien social. [18] Dès lors, à propos de ce phénomène, peuvent être pris en considération trois ordres de problèmes : celui de la construction des normes sociales, celui des processus d'influence, celui de la construction du sens.

La construction des normes sociales résulte de la nécessité pour les individus vivant en collectivité de réguler leurs échanges, partant du principe que ce qui les caractérise relève davantage de la différence que de la ressemblance. Il faut donc qu'ils se donnent la possibilité d'entrer en contact, de maintenir le contact en se dotant de certaines règles de comportement qui leur permettent d'échanger. Il s'agit là d'un principe d'altérité qui gouverne le jeu de la régulation sociale.

Les processus d'influence procèdent de la découverte de l'autre. L'autre dans sa différence pose à tout sujet un problème identitaire : que veut dire cette différence ? est-elle une menace pour moi ? Met-elle en cause ma propre identité? D'où cette quête du sujet pour tenter, soit de rejeter l'autre de son propre univers de discours, soit de l'y faire entrer en créant une pensée qui permettrait aux deux de se reconnaître dans une identité culturelle commune. Chacun de ces partenaires de l'échange communicatif mettent en œuvre des stratégies d'influence au cœur desquelles se trouve mise en jeu leur propre identité.

Le problème de la construction du sens renvoie à celui de la construction des savoirs sur le monde. Le sens passe en effet par une activité de savoir, cette faculté humaine de projeter sur le monde des visions interprétantes qui transforment la «réalité» non signifiante en «réel» signifiant. Évidemment, cette activité interprétative du monde dépend elle-même des conditions de vie auxquelles sont soumises les sujets. Cette activité de «représentations sociales», comme disent les uns (psychologie sociale), d'« imaginaires», comme disent d'autres (anthropologie), se mêle aux deux précédentes, ce qui fait qu'il est bien difficile de percevoir dans quel sens se produisent les interactions entre normes, processus d'influence et construction des savoirs.[19]

Ce qui importe ici, c'est de mettre en évidence le fait que la communication ainsi définie comme phénomène social n'est le domaine réservé d'aucune discipline des sciences humaines et sociales en particulier. Chacune l'étudie à sa façon : la sociologie s'intéresse à la question des normes, des rôles sociaux des identités, la psychologie sociale à la question des stratégies d'influence et des représentations sociales, l'anthropologie à la question des imaginaires, les sciences du langage à la question des normes langagières, des stratégies d'influence discursive et des contenus de

ce jeu d'influence, le journaliste ne devenait pas un «manipulateur manipulés». [11] L'autre, parce qu'elle laisse entendre que la communication est une activité réduite à un certain type d'échange langagier, celui qui est intentionnel et volontaire, cherchant à influencer le récepteur. Or, nous le savons, tous les actes de communication, y compris d'information, relèvent d'une intention, d'une action à la fois consciente et inconsciente, volontaire et involontaire, répondant à une visée d'influence. La communication est un phénomène général de la société humaine qui englobe divers types et genres de discours, toujours dans une intentionnalité d'intercompréhension et d'influence.

L'idée que la communication n'est qu'illusion est tenue par certains philosophes. Ici, il ne s'agit pas tant du phénomène social que d'une idéalité psycho-socio-anthropologique. Ils parlent, tantôt d'«incommunicabilité» ou d'«incompréhension» entre les hommes, tantôt de «miroir aux alouettes» ou de «mise en abîme». De ce point de vue, Jean Baudrillard a le mieux développé l'idée que la communication est un phénomène de miroir qui ne renvoie qu'à celui qui prétend communiquer. [12] Il est vrai que l'on peut observer qu'il n'y a guère de communication sans malentendus, fausses interprétations et effets pervers, tant au niveau individuel que collectif. Mais peut-on affirmer pour autant que la communication est une illusion, ce qui supposerait d'ailleurs que l'on puisse définir ce que serait une communication qui ne soit pas une illusion?

Chacune de ces positions souligne quelque chose de juste, je veux dire d'observable. Si les conditions matérielles de transmission -les supports- ne sont pas le tout de la communication, ils en influencent la réalisation et l'interprétation ; et il est vrai que l'étude de ces tuyaux a longtemps été négligée. [13] La technologie qui développe cet aspect n'a pas à être écartée mais n'a pas à être défendue: elle va de l'avant et continuera à le faire. Mais on sait aussi que la communication ne se réduit pas à sa matérialité ni à sa seule transmission physique. La communication --du moins la communication humaine et sociale- est affaire de construction du sens à travers des actes d'échange qui mettent enjeu une intentionnalité psycho-sociale.[14]

Si la communication n'est pas la même chose que l'information, c'est que précisément, les interactions sociales se réalisent sous diverses formes dont les unes sont plus manipulatrices que d'autres. Mais qui peut soutenir que la communication serait un phénomène bien différent de l'information du fait que la première relèverait d'une intention manipulatrice et non point la seconde ? Au nom de quel critère sauf à le décréter? Pourquoi ne pas considérer la communication comme un phénomène générique à l'intérieur duquel on pourrait percevoir diverses formes, divers genres?

Si la communication est illusion, on peut se demander pourquoi s'y intéresser ; cela rend caduque toute tentative d'étude de ce phénomène. Pourtant, ce qui est intéressant, c'est précisément cette quête sans fin des hommes pour essayer de communiquer dans quelque groupe social qu'ils vivent. [15] Dans cette perspective, ce n'est plus tant le résultat exact ou dévoyé de l'acte même de communication (ce qui cependant doit être pris en compte) que l'étude des conditions communicationnelles qui font qu'un sujet, pris par les contraintes de la situation dans laquelle il se trouve, du support de transmission, des multiples possibilités d'expression discursive, essaye d'échanger ses intentions de signification et construit du sens en interaction avec son interlocuteur dans des rapports d'influence réciproques.

Ces différents points de vue ne sont pas à écarter, mais à replacer dans un ensemble théorique et méthodologique. Deux grandes questions se posent à ce propos : qu'est-ce que la communication en tant qu'objet d'analyse ? Quel cadre disciplinaire pour l'analyser.

2. La communication comme phénomène social

En fait, ces deux questions sont liées, car tout cadre d'analyse construit en même temps son objet. Il convient donc, dans un premier temps, de distinguer phénomène social et objet

On se trouve ici dans le vieux schéma de la communication symétrique entre un émetteur et un récepteur, le premier ayant à tâche de coder à travers un système de signes quelconque une intention de communication, le second ayant à charge de décoder cette intention. Les sciences du langage et de la communication se sont débarrassées depuis longtemps de cette conception simpliste et naïve de la communication, mais elle revient sous la poussée du développement technologique qui ne se préoccupe que d'améliorer les supports de transmission [4]. Et ce développement technologique s'accompagne de discours qui mettent en exergue l'excellence d'une telle démarche.

Le phénomène de la transmission étant lié à l'espace et au temps, sont soulignées les victoires obtenues sur le temps, celui-ci se réduisant à la quasi instantanéité, et donc du même coup sur l'espace, car en gagnant en rapidité on abolit en même temps les distances [5]. Est également mise en évidence une conquête sur les espaces dans la mesure où le développement de circuits organisés en réseaux permet d'embrasser de plus en plus d'espace et de lieux différents" [6], Cela laisse à penser que les sujets qui communiquent sont dotés d'une «multi-compétence» (un terme faisant écho à celui de «multimédia»), d'une aptitude à manipuler plusieurs types de transmission et à réduire de la sorte les distances et les temps de transmission des données : le sujet deviendrait une sorte de démiurge maître du temps et ayant le don d'ubiquité. Hermès est largement battu sur ce terrain. [7]

La communication vue de cette façon, comme ce que certains ont appelé ironiquement un «ensemble de tuyaux» semble en effet ne rencontrer aucun obstacle, le mouvement du développement technologique étant irréversible. Tout serait permis et possible, et donc «tout est communicable» [8]

La communication entendue comme instrument au service de la manipulation des opinions nous vient du monde politico-médiatique,

D'un côté, les politiques qui, dans leur souci de plaire aux citoyens (soit pour se faire élire, soit pour justifier telle ou telle action politique), se préoccupent d'être bien compris par ceux-ci, et font appel pour ce faire à des conseillers, ce que l'on appelle le «marketing politique». Le fait que, a contrario, on entende souvent prononcée en situation d'échec la phrase : «Nous n'avons pas su communiquer», laisse entendre que la décision ou l'action politique, elle, était bonne, et que seule sa communication a été mauvaise. [9] Ainsi se trouvent séparées l'intention politique et la parole chargée de l'exprimer, comme si l'action politique était indépendante d'une action d'information, comme si, au bout du compte, il y avait une réalité politique avant et hors de la parole politique", Il s'agit là rien de moins qu'une très ancienne représentation sociale qui veut, d'une part, que la pensée soit antérieure à la parole, celle-ci n'étant que l'ornement de celle-là, d'autre part, que le faire soit opposé au dire, l'action étant de l'ordre du concret et de l'efficace, la parole de l'ordre de l'abstrait, de l'éphémère (les paroles s'envolent, les actes restent). Ici, la communication se réduit à un «savoir dire». [10]

D'un autre côté, les journalistes qui, voulant justifier leur métier, opposent ce qui définirait la finalité de leur pratique à celle de l'action politique : l'information, pure de toute intention manipulatrice, opposée à la communication, elle, manipulatrice. On peut penser qu'il s'agit pour ceux-ci de se défendre face aux critiques qui leur sont adressées quant à la collusion -voire la complicité-- qui existe et est entretenue entre ces deux mondes. Il s'agit donc de laisser entendre que le monde journalistique n'a pas d'intention manipulatrice, que son rôle consiste à transmettre l'information dans une visée de «faire savoir» et non pas de «faire croire».

Cette opposition est regrettable pour au moins deux raisons. L'une, parce que, à opposer un lieu d'intention trompeuse (la politique) à un lieu transparent dépourvu d'intention manipulatrice (l'information), elle laisse croire que seule cette dernière est pure d'intention. Comme si l'information n'était pas, elle aussi, embarquée dans le jeu de l'influence sociale et que, pris dans

Les paradigmes de la communication: des théories reproblématisées

Docteur : IKHLEF Faiza
Université d'Alger – Algérie

ملخص

يحاول هذا المقال تقديم عناصر تفكير جديدة حول حقول اختصاص الاتصال، وحول مصطلحي الاتصال والاعلام، وما ينتج عن ذلك من تداخل معرفي أسس لضرورة مساءلة نظريات الاتصال واشكالاتها العلمية الراهنة.

Résumé :

Cet article tente d'apporter de nouveaux éléments de réflexion sur les champs disciplinaires de la communication, ainsi que sur les modalités de communication et d'information, et l'interdisciplinarité résultant de cette interdépendance et menant à interroger les théories de la communication et leurs problématiques récentes.

Introduction :

Tout le monde aujourd'hui parle de « communication », les linguistes et les sémiologues, les psychologues, et les psychothérapeutes, les publicitaires et les informaticiens. Mais il n'est pas certains qu'elle ait pour tous la même sens et les mêmes paradigmes.

Des théories de la communication ont été proposées, généralement à partir d'expériences restreintes : une analyse purement psychologiques, ou encore la seule pratique des télécommunications. La théorie est alors infléchi par les conditions particulières de la communication dans un secteur déterminé ; la recherche linguistique ignore la pluralité des récepteurs, essentielle pour la communication de masse ; celle-ci néglige la conservation de l'information, que l'informatique met en pleine lumière...

Faut-il alors renoncer à une théorie générale de la communication, et se contenter de formalisations partielles, spécifiques à chaque dossier ? ou plutôt postuler à une hypothèse inverse en cumulant les divers paradigmes enrichissent le cadre conceptuel de la communication ?

1. Des conceptions sur la Communication

A passer en revue divers écrits, des plus techniques aux plus philosophiques, on voit apparaître trois manières de concevoir la communication : la communication comme support de transmission de l'information, la communication comme instrument au service de la manipulation des opinions, la communication comme illusion. [1] La communication conçue comme support de transmission d'une information repose sur l'idée que ce phénomène se réduit à la question de savoir comment un message, quel que soit son contenu peut transiter d'une source A à un lieu de réception B. [2] Dans une telle conception, ne sont pris en compte ni la nature des pôles entre lesquels circulent le message (sont-ils des machines ou des êtres humains), ni leurs conditions de production (visées intentionnelles) ou de réception (les références d'interprétation), ni les possibilités de réaction de B, lesquelles, par rétroaction, pourraient perturber le processus de transmission, ni, évidemment, le contenu du message, occultant ainsi tous les problèmes relatifs à l'intercompréhension. [3]