

L'art de communiquer, éditions Georg, 2000

Par Michel Juffé

Introduction

La communication est devenue – notamment avec la croissance exponentielle du téléphone mobile et des réseaux de type Internet – un des thèmes de discours les plus fréquents dans nos sociétés, dites avancées ou post-industrielles ou carrément « sociétés de la communication ». Ce serait la *troisième révolution industrielle* (même si les avis divergent fortement sur ce qu'ont été les deux autres : la roue ? l'horloge ? l'imprimerie ? la machine à vapeur ? l'électricité ? l'énergie nucléaire ? – ce début de catalogue montrant à lui seul que la notion de « révolution industrielle » n'a pas grand sens). Tous les discours, des plus plats aux plus délirants, fleurissent à ce sujet, sans que le plus souvent la peine soit prise de savoir de quoi on parle. Comme le terme « communication » est déjà porteur d'une très grande diversité de significations, on peut en dire tout et son contraire. Si nous y ajoutons les divers champs d'application : la publicité, les médias, la communication scientifique et technique, l'Internet, la communication écrite et orale, les communiqués de presse, la communication de crise, les télécommunications, la communication des pièces d'un procès, les vases communicants, la communication intercellulaire, les transports et communications, etc. nous commençons une liste à la Prévert ou esquissons une combinatoire digne de Pérec.

Pour y voir un peu plus clair dans tout ce fatras ou, mieux, pour ordonner tant soit peu ce qu'il faut entendre par « communication », il n'est sans doute pas inutile de remonter à la source et de se poser cette question préalable : « Qu'est-ce communiquer ? » Sachant que si les *moyens* de communiquer ne cessent d'évoluer, les *enjeux* de la communication restent à peu près constants à travers les siècles et les lieux : faire savoir, assurer une autorité, faire acheter et vendre, espionner, répandre des croyances, etc.

Depuis une dizaine d'années, il m'est apparu que l'ensemble des phénomènes liés à la communication pouvait se ranger sous trois titres : *la transmission de l'information*, et par suite les techniques et la technologie de la communication ; *l'interaction sociale* ou la communication en tant que support et but de l'interaction ; *la constitution des identités* ou la communication en tant qu'affirmation (ou négation) d'identités religieuses, politiques, professionnelles, familiales, etc. J'y ai

depuis peu ajouté un quatrième titre que je pourrais appeler l'être-au-monde si ce n'était trop philosophique et que je désigne donc comme la *dialectique de l'exprimable et de l'inexprimable*. Ces quatre titres expriment à la fois une progression du simple au complexe, un passage du corps à l'âme et un approfondissement continu de la même problématique.

Car d'un point de vue transversal à ces quatre modes d'approche nous retrouvons un schéma constant : l'un adresse à l'autre des messages que ce dernier reçoit. Ceci peut être énoncé en termes techniques : émission, codage, décodage, réception ou bien en des termes génériques qui recouvrent tout acte de communication : *composer* et *interpréter*. Termes qui se sont peu à peu imposés à moi car ils renvoient à une tradition fort ancienne : celle de la rhétorique et de l'herméneutique, autrement de la *science de la composition et de l'interprétation des discours* (cousine de la science de la composition et de l'interprétation de la *musique*, les deux ayant peut-être comme ancêtre commune la science de la composition et de l'interprétation des *chants*). Tout acte de communication est, inséparablement comme nous le verrons, une *composition* - à partir de données diverses et selon des règles admises - de messages qui ne prend sens que par l'*interprétation* aussi bien des fabricants de messages que de leurs utilisateurs potentiels. Même sous l'angle de la transmission physique des messages il est question de composer et d'interpréter, ne serait-ce que parce qu'un message doit être « découpé » dans une masse d'informations possibles pour être pourvu de sens et que ses lecteurs doivent le différencier de ses supports, contextes, moyens, etc. Autrement dit, admettre que des lignes écrites sur un papier ou que des sons entendus au bout d'un récepteur téléphonique constituent un message, c'est *déjà* une interprétation.

Ainsi la charpente de cet ouvrage est-elle très simple : une poutre faîtière, à savoir **composer** et **interpréter**, et les quatre chevrons que sont – condensés chacun en un mot - la **transmission**, **l'interaction**, **l'identification** et **l'expression**. De plus, conformément à son titre « Qu'est-ce que communiquer ? », il ne traite que des *actes de communication* et non des formes ou des contenus des messages. Si des questions linguistiques et sémiologiques s'y trouvent parfois abordées, c'est uniquement parce qu'elles se posent aussi dans le cadre d'une réflexion sur le « communiquer ». Enfin, le lecteur n'y trouvera pas une théorie de plus, mais un *agencement de diverses théories*, dans le seul but d'éclairer quelques-uns des problèmes de l'action (politique, professionnelle, culturelle, familiale, etc.) dans nos sociétés.