

Jo M. Katambwe, PhD.

Département de Lettres et Communication sociales

Université du Québec à Trois-Rivières

La nouvelle communication sociale

Communication présentée à la table ronde *Émergence et
évolution du concept de communication publique*

Congrès de l'ACFAS, Cité des congrès, Québec, jeudi 8 mai 2008.

Introduction

Cette présentation se propose de donner, d'entrée de jeu, un aperçu général de la théorie de la communication sociale. Nous commençons par une brève histoire des sciences de la communication pour en articuler l'évolution avec la notion de communication sociale. Cette brève histoire nous fournit alors une double occasion. Celle d'abord de relever par le biais d'une anatomie de la communication les phénomènes que les pionniers ont considérés comme pertinents pour l'étude scientifique de la communication. Celle ensuite de montrer à propos de cette notion de communication sociale qu'il existe deux façons différentes de l'aborder. Une conception monologique plus traditionnelle et une conception dialogique plus récente en phase non seulement avec l'essence même de la communication mais également avec la définition de ce qui est « social » dans la communication. Les conceptions monologiques et dialogiques de la communication sociale sont ensuite comparées à l'aune d'un certain nombre de paramètres de façon à en expliciter les tenants et les aboutissants théoriques, méthodologiques et épistémologiques. Nous concluons le chapitre sur une discussion sur « l'efficacité » de la communication (vue les racines professionnelles de cette science) dans la perspective de la communication sociale (Cf. ce qui fait qu'un message circule, Bognoux, p.30. La notion de compréhension, de pertinence, de fidélité, de similarité des filtres, de coordination et de convergence).

Une brève histoire des sciences de la communication

On se rappellera qu'une année après Lasswell (1947) mais tout de même 5 années après Shannon et Weaver (1943) C. I. Hovland présente un rapport à la société américaine de philosophie en 1948 qui fait office d'état de la question sur la communication sociale. Son article qui paraît dans les *Proceedings* s'intitule tout simplement «*Social communication*».

Dans cet article, il définit la science de la communication; il définit également la nature de la communication sociale (sans justifier outre mesure comme je serai obligé de le faire dans un moment, l'usage de l'adjectif social. Pour lui, en effet, la communication chez les êtres humains, contrairement au processus décrit par Shannon et Weaver et qui est fondé sur la machine, est sociale ou ne l'est pas), sa problématique ainsi que son objectif ou sa pertinence sociale.

De cet objectif, il va déduire ou brosser une programmation de recherche qui frappe par ailleurs par l'absence de ce qui aujourd'hui constitue le noyau dur de la recherche et de la définition même des sciences de la communication, à savoir les médias.

Je vais décrire succinctement ces différents éléments pour insister sur une incohérence majeure de la programmation de Hovland, à savoir la contradiction entre l'objectif ou la pertinence sociale de la communication d'une part et la nature même de la communication sociale, pour introduire ma conception de la nouvelle communication

sociale. Cette communication sociale propose une correspondance plus logique entre la problématique, la pertinence et la nature de la communication sociale.

Mais, elle est aussi une émanation de la dynamique postmoderne de la société actuelle. Dans cette présentation de la nouvelle communication sociale, je m'attèlerai à suggérer une définition de celle-ci et de sa pertinence sociale en gardant intacte la problématique déployée par Hovland. C'est à peine si je serai amené à y rajouter quelque chose, en particulier en ce qui a trait au contexte/niveau social de la communication sociale. Et je parlerai pour terminer des objets ou de la programmation de recherche vers laquelle cette nouvelle communication sociale conduit.

LES FONDEMENTS TRADITIONNELS DE LA COMMUNICATION SOCIALE

- Hovland se lamente à l'idée que la discipline de la communication sociale a toujours été à la remorque des professions de la communication (publicitaire, relationniste, l'écrivain des discours, l'orateur).
- Pour lui **l'objectif de la science** (multidisciplinaire) **de la communication** est de formuler de façon systématique et rigoureuse les **principes** qui précèdent à **la transmission de l'information** et à la **formation des opinions et des attitudes** (voir par ex. B. Ollivier sur une telle liste de principe).

Un des premiers principes relié à la formation des opinions va venir 3 ou 4 ans plus tard (Riley et Riley, 1951), principe selon lequel la formation des opinions est tributaire du groupe d'appartenance, i.e. des relations sociales ou pour nous de ceux avec qui on s'identifie (l'identification étant le processus primordial de la

communication sociale en partant de Burke/communalisation et de Weber/renforcement des expectations ou anticipations des attentes). Ce qui reviendrait à dire que la communication sociale explique une large part des comportements psychosociaux.

➤ La communication sociale est une réponse aux problèmes pratiques :

1. **Dans les organisations** contrôlantes ou hiérarchisées (la **distance** entre les hiérarchies exigent une meilleure intercommunication intensifiée dit-il par «**the different frame of reference** of management and of the worker» → Pour moi, cette problématique (de l'écart et de la distance) est celle que nous retrouvons aujourd'hui à plus grande échelle dans la société dite **postmoderne** où l'individualisme exacerbé et la multiplicité des références et de points de vue crée exactement cette distance entre les citoyens par le biais des groupes par exemple ainsi qu'entre les citoyens et l'administration publique. La solution pratique et conceptuelle pour moi est **le dialogue civil**.

2. De la distance **entre les administrés et l'administration publique** (les moyens de communication tels que la radio tentent, avec un succès mitigé) de diminuer l'écart. Ils ne permettent pas dit-il de retrouver le niveau de **proximité** qu'on pouvait avoir dans les «Town meetings».

3. De la distance **entre les nations** (avec les russes de l'époque, par exemple).

➤ Dans son rapport à la société américaine de philosophie, Hovland le psychologue fait état de **3-4 barrières à la réduction de la distance** : distance physique (et

équipement) – psychologiques (≠ de personnalités ou de tempérament) – de langages – et idéologique.

- Il **définit la communication** comme un processus à travers lequel un individu communicateur transmet des stimuli (des symboles verbaux) dans le but de **modifier** le comportement d'autres individus – destinataires.

À partir de cette définition, **la tâche de la recherche** consiste à analyser 4 facteurs :

- a) Le communicateur,
- b) Le stimulus ou symboles verbaux,
- c) Le communicataire/destinataire,
- d) La réponse/réaction de ce dernier,

Pour tenter de dégager les lois et principes gouvernant l'interaction de ces 4 facteurs.

Pas un mot des canaux/moyens/supports de communication qui servent à relayer les symboles et à mettre en contact ou relier les protagonistes, même si Lasswell et Shannon et Weaver déjà (1943 et 1947) avaient parlé d'étudier aussi ces moyens. Il semble qu'en communication sociale, du moins pour Hovland le pionnier, ce facteur, aujourd'hui plutôt incontournable, n'avait pas une importance aussi capitale que celle que Mc Luhan et les médiologues ont montré dès 1952 avec Harold Innis.

Il prétendait, déjà à son époque, qu'on avait beaucoup étudié et comparé les caractéristiques du communicateur. Mais que les symboles verbaux l'étaient encore plus par le biais de **l'analyse de contenu** telle que pratiquée sur la propagande de guerre (à la recherche du sujet, des thèmes, type de symbolisation, d'outils rhétorique et des caractéristiques syntaxiques. Il fondait d'importants espoirs, à mon avis exagérés,

sur l'étude de la sémantique et ce qu'elle pouvait apporter à l'étude des différences entre les langages des protagonistes de la communication. Une tâche dévolue à la sociolinguistique aujourd'hui). Il ajoute qu'on peut aussi étudier **les valeurs** qui sous-tendent ces contenus (par exemple, les politiques de communication); chose encore rare à cause de l'objectivité recherchée.

Le troisième facteur qui est l'analyse du destinataire est proprement psychologique. Elle consiste à mettre en évidence les motifs, les capacités, les prédispositions telles que celles-ci peuvent intervenir dans les façons dont les destinataires réagissent aux stimuli.

LES FONDEMENTS DE LA NOUVELLE COMMUNICATION SOCIALE

La nouvelle communication sociale dépasse ses racines fonctionnalistes pour embrasser une approche plus interprétative ou discursive. Dans la mesure où la communication est un processus dans lequel les gens utilisent des actes de langage pour agir les uns sur/contre/pour les autres, c'est une action sociale. Puisque la communication est action d'un point de vue pragmatique, afin de définir la communication sociale nous partirons de la définition que donne Weber de l'action sociale : «une action qui est orientée vers autrui» (Économie et société I, p. 58). La communication sociale est ainsi un processus de convergence qui consiste à tenir compte/à prendre en compte ce que dit autrui en le rassurant afin de fonder la coopération nécessaire à la coorientation. La définition de Weber a aussi l'avantage de définir la communication comme un processus interprétatif (on essaie implicitement de donner ensemble un sens, une direction à des faits ou des faits de langage). La réciprocité est la limite inférieure de cette relation et la congruence (convergence) sa limite supérieure.

Une des réponses essentielle à la postmodernité est l'augmentation de la complexité qui permet aux structures d'une société de s'adapter à la complexité de son environnement (qui est d'après N. Luhmann 1995 l'ensemble toujours croissant de ses communications). Mais l'augmentation de la complexité pour répondre à la loi de la variété requise (Ashby) provoque une augmentation de l'incertitude et une augmentation de l'ambigüité qui ne peuvent être pris en charge que par la communication.

- L'augmentation de l'incertitude qui ne peut se gérer que :
 - 1) Grâce à une augmentation de l'offre informationnelle grâce aux machines à traiter l'information toujours plus puissantes.

- L'augmentation de l'ambigüité qui ne peut se gérer que par:
 - 1) Une augmentation des machines à communiquer (les médias traditionnels et le multimédia aussi bien que les réseaux sociaux). Mais aussi et surtout une amélioration, en qualité, des relations ou du lien social grâce à laquelle, la confiance aidant, la circulation de l'information et des différences (Bateson) peut se faire sans trop d'obstacles et de blocage.

Mais la complexité et le taux de changement aidant (instabilité) les relations interpersonnelles vont devenir encore plus importantes parce que c'est l'endroit où se génère de la confiance → stabilité pour mieux filtrer et faire passer ces informations.

- Du point de vue institutionnel, il s'agit de diminuer, grâce à cette communication sociale, la distance entre par exemple les gouvernants/gouvernement et les citoyens ou encore entre les organismes de service et les usagers demandeurs.

- Le gouvernement crée des agences pour cela et à qui il donne carrément un mandat de communication qui se traduit par plus de concertation administrative et de participation des citoyens (forums et tables de concertation) pour créer la relation (sociale). Les CRÉ (Conseil régional des élus) et les CAR sont des instances de communication qui viennent dynamiser la communication sociale/publique.

→ Au niveau de la recherche, nous devons :

- 1) Mieux étudier la complexité et ce que j'appelle en réponse le dialogue civil comme une des dynamiques possibles qui permet de tenir ensemble un système de plus en plus individualiste, pluraliste et relativiste.
- 2) Favoriser des instruments d'évaluation et de conception de la communication sociale/publique.
- 3) La notion de convergence sociale : comment dans une société, toujours plus pluraliste, il est possible de faire émerger des décisions et des actions conjointes ou collectives dans les contextes de communication de groupe, d'organisation et dans la sphère publique?
- 4) Le rôle des médias dans le dialogue civil et la création de consensus devra aussi être élucidé. Les médias font-ils le dialogue civil ou lui donnent tout simplement un forum pour se déployer ?
- 5) On peut aussi étudier le rôle des médias dans le dialogue civil en regardant comment ils réifient ou élargissent la conversation (inclusion/exclusion; élargissement ou contraction du dialogue et de la conversation collective au

profit de quelles voix). Ceux qu'ils laissent à la marge du dialogue sont alors considérés comme des exclus : à quel prix ?

TABLEAU : LA COMMUNICATION SOCIALE

	PROBLÉMATIQUE	NATURE DE LA COMMUNICATION (DÉFINITION)	PROCESSUS-CLÉ	PERTINENCE SOCIALE	FACTEURS	MÉTHODOLOGIE
TRADITIONNELLE	6) Distance ou écarts 7) Dans les organisations 8) Entre des citoyens et l'administration publique 9) Au niveau international entre les nations 10) La raison : l'appétit de contrôle	11) Processus de transmission et de modification des opinions et des attitudes 12) Paradigme S-R qui va par la suite être bonifiée par l'approche humaniste car les effets sont médiés par la personnalité, des éléments cognitifs et le style de traitement de l'information.	<ul style="list-style-type: none"> • La persuasion 	<ul style="list-style-type: none"> • Réduction des écarts/distances • Obstacles : • Barrières physiques • Barrières psychologiques • Barrières sémantiques • Barrières idéologiques 	<ul style="list-style-type: none"> • L'émetteur et ses caractéristiques sociodémographiques • Le récepteur et ses capacités • Les symboles verbaux et leurs caractéristiques • Les réponses/réactions 	<ul style="list-style-type: none"> • Expérimentation • Analyse de contenu

	PROBLÉMATIQUE	NATURE DE LA COMMUNICATION (DÉFINITION)	PROCESSUS-CLÉ	PERTINENCE SOCIALE	FACTEURS	MÉTHODOLOGIE
NOUVELLE	<ul style="list-style-type: none"> • Idem • Au niveau des groupes et entre les groupes sociaux • La raison : <ul style="list-style-type: none"> ○ Complexité ○ Augmentation de l'incertitude ○ Individualisme exacerbé ○ Relativisme des points de vue et des valeurs ○ L'hégémonie 	<ul style="list-style-type: none"> • Processus d'interaction (y compris para ou quasi-interaction) où les acteurs s'orientent les uns par rapport aux autres en fondant le «contenu significatif» (le sens/la valeur des symboles et des signes) sur les présuppositions, les attentes et les anticipations des attentes des uns vis-à-vis des autres • Limite inférieure caractérisée par la réciprocité grâce à la simple interaction que certains médias favorisent plus que les autres • Limite supérieure caractérisée par la congruence ou la convergence grâce au dialogue • Dialogue : réduction des écarts/distances par l'explicitation des présupposés et l'inclusion des points de vue (par la montée en généralité) pour créer la relation sociale/lien social • Paradigme systémique et interprétatif (la communication dépasse la transmission et révèle des patterns relationnels émergents des interactions tout comme des prémisses et des inférences qui proviennent des messages/informations transmises) 	<ul style="list-style-type: none"> • L'ajustement (mutuel) entre les parties prenantes à la communication, l'intercompréhension mais aussi l'identification ou la communalisation des attentes... et autres entre les participants. Consubstantiation comme cause de la persuasion (rhétorique) • L'identification ou le lien social (la relation sociale) se crée et se renforce à mesure que les attentes paraissent s'avérer ou se confirmer pour chacun des participants à la communication 	<ul style="list-style-type: none"> • Idem • Obstacles : <ul style="list-style-type: none"> ○ L'asymétrie du pouvoir ○ L'ambiguïté des «contenus significatifs» (souvent implicites, voir flottant ou indécidables) qui oriente l'action des uns et des autres. ○ Les mécanismes de défense ○ La catégorisation ○ La comparaison sociale ○ L'attribution ○ Le jugement social 	<ul style="list-style-type: none"> • Pratique méta-discursives sous différents formats : rencontre, débats, discussions, tables, forums, commissions, réunions... • Taxémie (place émergente des acteurs : familiarité/solidarité/dominant/dominé/hierarchie et subordination...) • Stratégies de communication émergentes des acteurs (y compris des médias qui commentent) pour se faire voir et entendre et ainsi être pris en compte. • L'évaluation de la qualité du dialogue civil • L'évaluation de l'éthicalité du dialogue civil 	<ul style="list-style-type: none"> • Analyse (pragmatique/critique/argumentative/rhétorique...) du discours • Ethnographie de la communication