**La communication, entre savoirs, pouvoirs et democratie.**

**Thierry Libaert**

*Ex Professeur en sciences de l’Information et de la Communication à l’Université catholique de Louvain.*

La communication figure parmi les domaines les plus controversés dans nos sociétés. Elle symbolise la société idéale où, comme l’évoquait Jacques Tati dans le film « Mon oncle » en 1985, « Tout communique », et il est vrai que dans le monde politique, celui des organisations ou celui des relations personnelles, l’injonction à communiquer est omniprésente. Mais, dans le même temps, la communication est de plus en plus violemment vilipendée et pour signifier la superficialité d’une démarche, l’expression immédiate tombe comme un couperet « C’est de la com ».

Il est impossible d’analyser les relations savoir, pouvoir et démocratie sans considérer la place et le rôle de la communication. Il ne saurait exister de savoir sans communication de ce savoir, la communication est un moyen central de conquête et de maintien au pouvoir, la communication est la base de la démocratie, notamment en raison de son pilier, celui de la libre expression.

Derrière ces apparentes évidences, le rôle de la communication est toutefois plus complexe et nécessite pour sa compréhension une analyse plus approfondie.

* **Communication et savoir**

L’information est le maillon oublié de la relation communication et savoir. Elle bénéficie d’une réputation flatteuse. L’information serait intrinsèquement parée de tous les atours là où la communication porterait de nombreuses déviances. Il est toujours utile de rappeler, comme l’observe le titre d’un ouvrage du sociologue Dominique Wolton qu’*Informer n’est pas communiquer* (2009), ce à quoi nous pourrions ajouter que communiquer n’est pas (que) transmettre.

Une des grandes difficultés de la communication est de parvenir à s’extraire de sa conception mécaniste et linéaire qui existait au lendemain de la seconde guerre mondiale, lorsque ses premiers théoriciens exerçaient dans des industries télégraphiques. La communication reste encore trop souvent associée à cette relation entre un émetteur qui adresse un message à un récepteur, dénommé la cible. C’est oublier la force d’interprétation et de déformation du récepteur et le fait qu’une information ne prend son sens que dans un certain contexte. Le même message diffusé par deux personnes bien distinctes sera reçu de manière très différente.

En outre, il n’existe pas de relation entre l’accroissement des communications et l’augmentation des savoirs. Nous sommes tous surchargés par un bombardement constant de sollicitations informatives, mais notre savoir a-t-il augmenté ? Rien n’est moins sûr et c’est paradoxalement l’extension des techniques de communication qui paraît rétrécir le champ de notre savoir. La généralisation du *big data* associé aux dispositifs d’intelligence artificielle a ceci d’insidieux que les informations qui nous sont envoyées se basent sur l’historique de nos comportements, un peu comme si nous conduisions notre véhicule en regardant dans notre rétroviseur. Pour accroître notre savoir, il nous faudrait réduire l’activité communicationnelle.

Le savoir est également fragilisé par une certaine dérive médiatique de recours à de pseudo-experts pour commenter l’actualité. Combien a-t-on vu de soi-disant experts en épidémiologie pour commenter la crise de la Covid-19 ? Pour une chaîne d’information en continu, le seul fait d’intervenir dans un cursus universitaire est un gage de scientificité apte à procurer un gage d’expertise[[1]](#footnote-1). Ici, également le savoir se fragilise sur une accélération communicationnelle non maîtrisée.

Savoirs alternatifs et post-vérité sont liés aux pratiques de désinformation par lesquelles le mécanisme d’émergence et de diffusion sont aujourd’hui bien documentés. Nous savons ainsi que les informations fausses sont souvent issues d’un très faible nombre d’interlocuteurs ou d’organisations, qu’elles circulent en moyenne six fois plus rapidement qu’une information vraie, qu’il existe une grande connexion dans les différentes sphères de la désinformation (climato-scepticisme, pro-russes, anti-vax) et que de grandes organisations participent à cette diffusion. C’est notamment le cas des grands annonceurs de publicité du seul fait de l’évolution numérique. Celle-ci compte désormais pour plus de la moitié des dépenses de publicité et par son mode de fonctionnement, appelé programmatique, les flux publicitaires se dirigent vers le site ayant le plus d’activités, ce qui a ouvert un champ financier immense aux sites complotistes.

* **Communication et pouvoir**

Question récurrente de dissertation en bac philo : « Savoir, est-ce pouvoir ? » illustre l’éternelle interrogation autour de la relation entre la science et le pouvoir. Le sous-entendu des enseignants étant, par cette question, d’amener les jeunes lycéens à se persuader que leurs études les amèneront inéluctablement à conquérir du pouvoir. La réalité est toutefois légèrement plus complexe, il n’existe aucune relation entre l’acquisition des connaissances et la capacité de parvenir ou de se maintenir au pouvoir. Tous ceux qui ont pu approcher les plus hauts dirigeants de notre planète ont pu constater que le premier déterminant du pouvoir ne résidait pas dans la somme des connaissances accumulées.

La communication n’y joue alors qu’un rôle de simple adjuvant et loin de l’idée communément admise d’un rôle décisif de la communication dans l’atteinte et la maîtrise du pouvoir, toutes les études depuis les travaux pionniers de Paul Lazarfeld et Elihu Katz, en 1955, ont démontré l’absence de relation linéaire. La communication politique conforte les citoyens dans leurs convictions, elle ne les fait changer qu’à la marge, et encore rarement. Certes, les communicants politiques ont tout intérêt à convaincre du pouvoir de leur action et l’on cite à l’envi la trouvaille du bon mot « Le monopole du cœur » qui aurait fait basculer le débat, avec la puissance d’une affiche électorale. Il est toutefois possible de s’interroger sur le sens de cette relation. « La force tranquille » a davantage fait gagner en réputation Jacques Séguela qui s’est attribué le bénéfice de la trouvaille d’une de ses stagiaires, qu’elle n’a amené la victoire de François Mitterrand en 1981.

Si la communication n’est pas le déterminant du pouvoir, il est incontestable qu’elle peut agir comme contre-pouvoir, ce qui revient à lui reconnaître un rôle, en l’occurrence de 4ème pouvoir. Il s’agit d’ailleurs là d’un sujet majeur puisqu’en raison de la concentration des médias conjuguée à une réduction des budgets, les services d’investigation se raréfient fortement et il est symptomatique que le média d’investigation le plus efficace, Médiapart, exerce exclusivement sur l’espace numérique.

Mais la communication dépasse désormais largement les canaux traditionnels de diffusion. La vidéo qui a embrasé le pays après la mort de Nahel et causé plus d’un milliard de coûts économiques a été prise par une simple passante. Avec nos smartphones, il y a désormais en France plus de 58 millions de journalistes reporters d’images potentielles.

Dans l’objectif de délimiter plus complétement le pouvoir de la communication, il est nécessaire de faire un détour par le rappel des fondamentaux. Pour prétendre à une certaine efficacité, un processus de communication se doit de respecter quatre étapes. Il s’agit d’abord d’informer nos publics, puis de veiller à l’acceptabilité de nos propos, ensuite de prendre en compte l’aspect affectif et émotionnel présent dans toute communication et enfin, et seulement lorsque les trois étapes précédentes ont été respectées, la communication peut viser un changement de comportement, cela peut être le souhait d’acquérir un nouveau produit en communication commerciale, ou de modifier une attitude en communication publique.

Le cas de la lutte contre le dérèglement climatique et pour la transition écologique est exemplaire de cette incompréhension. Les diagnostics sur l’érosion de la biodiversité ont été effectués dès le début des années 50 (Roger Heim, Protection et destruction de la nature, 1952), le constat sur le dérèglement climatique existe depuis la création du GIEC en 1989, et pourtant nos actions restent limitées. Une expérience effectuée à l’Université catholique de Louvain en 2008 a démontré que la quantité d’informations diffusées pour convaincre une population de modifier ses habitudes n’avait en soi aucun effet. Le paramètre majeur étant l’exemplarité des comportements, la capacité d’identification aux premiers expérimentateurs et non les dispositifs de communication mis en place. Le pouvoir de la communication s’exerce très loin des modèles linéaires, descendants et techniques.

* **Communication et démocratie**

La liberté de communiquer est un pilier central des démocraties et l’on conçoit qu’un Etat où n’existerait pas la liberté d’expression ne pourrait se prétendre démocratique, quand bien même il résulterait d’un processus électoral incontestable. Une réserve de taille doit être apportée ; pour être démocratique, la liberté d’expression doit être mise sur la même place que la liberté de se faire entendre. La liberté d’expression portée à son paroxysme serait la mort de la démocratie et dans cette optique, il est nécessaire de combattre l’utopie des échanges numériques que rappelle le professeur Eric Dacheux dans son dernier ouvrage[[2]](#footnote-2) « La connexion numérique ne résout pas les problèmes de communication, elle les augmente ». C’est là un des problèmes centraux de nos démocraties, chacun souhaite se faire entendre, mais plus personne ne se place en position d’écoute, la communication meurt d’un trop plein d’expressions et d’une absence d’écoute.

Si la communication est la seule discipline sur laquelle chacun s’estime compétent et fournir un jugement définitif, elle mérite toutefois mieux que les jugements hâtifs dont elle est trop fréquemment affublée. A l’heure de la surcharge informationnelle, de l’explosion permanente de nouveaux réseaux socio-numériques, des tentatives de propagation de fake news, il est toujours nécessaire de rappeler que la communication est d’abord une question d’écoute et qu’elle est d’abord une question sociale et politique avant d’être une problématique technique et instrumentale.

1. en ce sens cf Thierry Libaert, « La science entre *fake news* et instrumentalisation », *Revue politique et parlementaire*, n°1092 juillet-septembre 2019, p. 59 à 69. [↑](#footnote-ref-1)
2. Eric Dacheux, *Comprendre pourquoi on ne se comprend pas*, CNRS Editions, 2023. [↑](#footnote-ref-2)