



Café-Philo, samedi 6 octobre 2018

Peut-on communiquer avec autrui ?

Discussion collective et découverte de la philosophie de Jürgen Habermas

Questions :

- Qu'est-ce que communiquer ?
- Comment transmettre le sens que l'on donne aux mots ?
- Communiquer, est-ce seulement transmettre un message ?
- Comment être compris par autrui ?
- Qu'est-ce qui peut empêcher une relation de communication ?
- Sommes-nous tous des incompris ?
- Qu'est-ce qui est commun dans la communication ?
- Est-ce qu'on ne communique que par les mots ?
- Est-il vital de communiquer ?
- Quel est le contraire d'une communication authentique ?

Introduction

La communication est un phénomène de grande extension. Les cellules à l'intérieur d'un organisme communiquent, les animaux communiquent, les hommes aussi. Le terme désigne les diverses formes de l'**échange**, sous toutes ses formes. En effet, l'étymologie latine du mot « communication » est *communicare*, ce qui signifie mettre en commun, partager. La communication verbale désigne la capacité à entrer en relation et à transmettre des informations. La communication suppose un émetteur et un récepteur, un canal de transmission et un code commun aux deux interlocuteurs. Elle n'est pas que langagière : elle peut se produire par le corps, les gestes, les écrits, les images. Elle est un **véhicule**.

Jürgen Habermas, philosophe allemand (1929-...), entend, avec son ouvrage *Théorie de l'agir communicationnel*, proposer une nouvelle théorie de la société reposant sur la communication : il s'agit pour lui d'asseoir l'idée d'une « raison communicationnelle ». La pensée postmoderne ne croit plus à la raison : tout discours ne peut être que relatif, notre époque ayant montré que l'on ne pouvait guère fonder de normes universelles. La théorie d'Habermas montre au contraire que la raison communicationnelle nous permet de sortir de cette impasse et « sans dramatiser, de prendre congé du concept d'absolu ». En effet, la **raison** a, outre ses fonctions technoscientifiques dominatrices et alinéantes dénoncées par Habermas lui-même, une fonction de communication qui s'ancre spontanément dans le langage et le discours, même dans ses formes les plus **quotidiennes**. Les énoncés émis par quiconque cherche à se faire comprendre des autres ont une triple prétention à la validité : prétention à l'**exactitude**, prétention à la **justesse**, et enfin prétention à la **sincérité**. C'est pourquoi il est possible, même en ayant pris acte de l'échec des grands systèmes

métaphysiques, de parvenir à un consensus sur les normes éthiques et politiques en débattant de manière **argumentée**. On comprend dès lors le débat qu'aura Habermas avec le postmodernisme.

Comment communiquer avec autrui ? Est-ce seulement possible alors que même que nous sommes tous radicalement différents ? Nous avons des instruments communs pour communiquer (mots, syntaxe, langue etc.) mais nous leur donnons chacun un sens : est-il possible de résoudre cette différence ?

Le sens authentique de la communication

Le concept de communication est sujet à des malentendus, en raison notamment de son sens contemporain, lié aux sciences de la communication (publicité, politique, médias). Pour Habermas, il ne s'agit pas d'une **activité stratégique** visant à présenter un projet ou une réalité sous des aspects qui, d'une part, **optimisent la recevabilité** par ceux qui en sont l'objet et, d'autre part, en minimisent, voire en occultent les inconvénients ou les conséquences. Or, chez Habermas, la communication est au contraire l'**activité élémentaire** par laquelle deux ou plusieurs sujets sont capables, spontanément, de **se mettre d'accord sur un projet d'action commune ou sur une réalité partagée**.

La définition habermassienne de la communication est la suivante : on peut définir la communication de manière stricte comme ce qui se produit entre deux ou plusieurs personnes qui parlent **sérieusement** de quelque chose **qui existe ou devrait exister** dans le monde, sans qu'aucune ne conteste la validité des affirmations ou des propositions faites par les unes et les autres. Le **sujet de la communication** est donc également un élément commun. La communication recourt par conséquent à un médium dans et par lequel elle s'effectue : le langage. En ce sens, la communication est donc banale et quotidienne, mais elle est aussi vitale ; elle est, en effet, la condition nécessaire à la reproduction symbolique du monde, à l'échange d'informations, aux processus d'apprentissage, etc. On peut dire qu'elle structure le monde de la vie quotidienne.

Habermas distingue **trois grands critères d'une véritable communication**, qui s'établissent et diffèrent en fonction du sujet de la communication :

- **La vérité** : soit le monde dont il est question est objectif, celui des états et des choses existants et peut entraîner un savoir partagé qui exige une obligation de justification en se référant à la vérité des faits
- **La justesse** : soit le monde dont il est question est social (ensemble des relations interpersonnelles légitimement établies au sein du groupe social), le critère de validité est alors celui de la justesse
- **La sincérité** : soit le monde dont il est question est un monde subjectif personnel (ensemble des propositions relatives à l'expérience vécue), le critère de validité est alors la sincérité.

Dans les trois cas, l'acte de communication fait référence à des **normes communes** au locuteur et à l'auditeur sans lesquelles il ne peut pas exister de manière cohérente et légitime. Cet acte de communication présuppose donc l'existence de valeurs et d'une éthique sur laquelle elle se fonde. Lorsqu'un débat s'instaure, les interlocuteurs reconnaissent implicitement l'existence de ces valeurs comme la vérité des faits, la justesse des actes et la sincérité des jugements. **Si l'on refuse la référence à ces principes, la communication est rendue impossible** tout comme, dans la morale kantienne, la possibilité du mensonge détruisait toute morale. La communication intersubjective postule donc et

présuppose des critères de rationalité et de validité. Elle implique l'existence de normes, une véritable raison pratique. Pour dire les choses très simplement, il ne peut y avoir de communication véritable sans respect de certaines normes reconnues par les interlocuteurs, locuteurs et auditeurs.

Activités communicationnelles au sens faible et au sens fort : La distinction faite par Habermas vaut à la fois pour la communication au sens strict et au sens large puisqu'elle ne concerne que le type de prétentions à la validité élevées par les actes de parole. On parlera d'**activité communicationnelle au sens faible** lorsque les prétentions à la validité sont la **vérité** et la **sincérité**. On parlera d'activité communicationnelle au sens fort lorsque la prétention à la vérité est la justesse normative.

Communication et discussion

Il ne faut pas confondre communication et discussion, même si on peut avoir l'impression qu'elles sont assimilées. La discussion, chez le penseur allemand, n'est pas communication au sens strict, elle est toutefois communicationnelle dans le sens où la communication et l'entente sont sa finalité. Il importe cependant de souligner que la communication est interrompue par le **désaccord**, le **conflit** ou le **différend**. Il n'y a donc pas de solution de continuité entre communication au sens strict et discussion, car le discours argumentatif qui se déploie dans la discussion est latent dans la communication, il y est présent comme régulateur sous-jacent, mais on n'en use pas à proprement parler. Ainsi, les prétentions à la validité sont émises dans la communication au sens strict.

Dans la communication, les personnes sont en position **dissymétrique** : un individu tente de communiquer une information à un autre. Il est possible de communiquer sans avoir nécessairement de réponse. On imagine les dérives d'un tel schéma : la maîtrise de la communication médiatique.

Dès lors que l'on attend une réponse, que l'on cherche un échange, on entre dans la discussion. Dans le dialogue, les deux sujets se répondent, s'expliquent, échangent. Les deux interlocuteurs, dans une discussion, se reconnaissent comme **égaux**, ce qui crée une relation éthique. Ce n'est pas toujours le cas dans une communication, lorsqu'il s'agit notamment d'un apprentissage (communication dans un séminaire par exemple).

La distinction entre communication et discussion se loge également dans le contenu du discours. Dans la communication, la finalité est l'**information**, peu importe sa nature ou son degré de complexité. Le contenu informatif est fixé dans son objectivation. Sa qualité est assurée par les moyens de transmission. Dans la discussion, le contenu est une parole initiant un **effort de pensée**. Elle n'est pas fixée dans son objectivité puisque s'adressant à un interlocuteur, elle s'expose à la reprise, à l'examen, à la critique. Son sens est précisément ce qui est en question entre les deux partenaires, aussi va-t-il évoluer au cours de la discussion. Chacun fait **découvrir** à l'autre un aspect de la question qu'il n'avait peut-être pas envisagé, la progression du dialogue correspond à un approfondissement réciproque de la réflexion. Le sujet prisonnier d'une opinion qu'il assène d'autorité à l'autre ne dialogue pas, il monologue. Il utilise l'autre comme moyen de s'autoconfirmer narcissiquement et souvent il choisit son interlocuteur à cette fin. Pour Habermas, une discussion est fondée sur l'acceptation collective de normes partagées : ces normes sont symbolisées dans le **principe « U »**. Si les discutants n'y adhèrent pas, ils restent dans le fonctionnement monologique. Ainsi, il est possible d'échanger des paroles sans jamais entrer dans une relation de communication : celle-ci exige **l'accord des principes, l'écoute, la volonté de compréhension**.

La discussion s'engage entre des êtres qui, d'avance, sont d'accord. Ainsi s'évite-t-on l'effort de penser. Car penser consiste toujours à **prendre du recul** par rapport à ses convictions, à se faire l'objection qui, dans le vrai dialogue est la parole de l'autre. Tant qu'on ne s'impose pas le détour par l'altérité, tant qu'on se dispense de se mettre à la place de l'autre, on n'a pas encore commencé à penser. Voilà pourquoi Socrate fait du dialogue la méthode de la philosophie.

Communication et communion

Dans la communication, il y a un élément commun, le langage. Il y a aussi, selon Habermas, une façon d'utiliser le langage : dédiée à la sincérité, à la vérité, à la justesse. Mais il semble tout de même difficile de créer un espace de compréhension commune. L'élément commun peut créer une confusion, pour diverses raisons :

- Entre ce que je veux dire
- Ce que je parviens à dire par des mots
- Ce que les mots veulent dire
- La façon dont tu comprends les mots
- Ce que tu comprends de ce que je veux dire.

L'éthique de la discussion

La discussion se situe entre le **consensus** et le **débat** : en effet, elle tente de créer un véritable terrain d'entente mais sans nécessairement tomber dans le consensus et d'autre part, de faire surgir les différences sans tomber dans le débat. Selon Laurent Jaffro, il y aurait une tendance, chez ses promoteurs, à faire la leçon et à obtenir de l'interlocuteur, et aussi du lecteur, non simplement une compréhension critique, mais une reconnaissance. Un risque est présent : celui de rendre la moralité obligatoire.

Communication, rationalité, action

Habermas dégage un lien étroit entre **communication**, **rationalité** et **action**. Une communication menée rationnellement est la seule condition de mener une action librement consentie. C'est de la théorie de l'**agir communicationnel** qu'il faut partir pour comprendre l'éthique de la discussion ainsi que la politique délibérative d'Habermas. Tout d'abord, il cherche à montrer que la communication peut être rationnelle et conduire à une action non biaisée. A partir de cette théorie, qui comporte déjà une teneur éthique, Habermas développe une éthique de la discussion qui cherche à fonder en raison la validité des normes.

Qu'est -ce que l'agir communicationnel ? Toute sociologie repose sur un modèle plus ou moins explicite permettant de comprendre le comportement des acteurs. Jürgen Habermas distingue quatre modèles d'action :

- **Agir téléologique** : selon le modèle traditionnel d'un agir téléologique, l'acteur poursuit un but défini à l'avance et utilise pour cela des moyens propres à lui assurer le succès. Le stratège militaire, l'entrepreneur ou le joueur d'échec en sont des modèles types.
- **Agir axiologique** : Une conception axiologique de l'action présente les comportements comme régis par des normes : les membres d'une même

communauté obéissent à certaines attentes de comportement. Le prêtre, le professeur ou tout autre professionnel dans l'exercice de ses activités s'inscrit dans ce type d'action.

- **Agir dramaturgique** : L'action peut aussi être représentée dans une logique dramaturgique : il s'agit alors de proposer de soi une certaine image à des interlocuteurs assimilés à un public. Le demandeur d'emploi ou le courtisan doit se plier aux règles d'une telle logique d'action.
- **Agir communicationnel** : Le concept d'agir communicationnel construit des consensus dans un dialogue du sujet à sujet, exempt de manipulation : la relation entre les acteurs se constitue dans le langage, elle ne lui préexiste pas. Le député à l'Assemblée ou le commercial qui négocie un contrat entrent dans le cadre de l'agir communicationnel.

La communication, fondement de l'espace public

Habermas caractérise la construction de la sphère publique au 18^{ème} siècle. La sphère publique fait suite à un mouvement de privatisation à l'intérieur des sociétés occidentales. Elle met en œuvre une communication entre des personnes privées qui vont se constituer en tant que public. **Caractéristiques de cette sphère publique** :

Elle est d'abord **politique** : elle constitue un espace de discussion qui échappe à l'emprise de l'Etat. Elle le met d'ailleurs parfois en cause par les critiques qui se constituent au cours des échanges d'opinion. Au cours de ces échanges, c'est l'exercice critique de la raison qui prévaut. Seule la force du meilleur argument est censé prévaloir.

Elle est ensuite une **sphère publique bourgeoise** : Elle rassemble ceux qui possèdent des biens, et une culture leur permettant d'intervenir véritablement sur des sujets débattus. Elle en exclut le peuple, considéré comme privé des compétences qui lui permettraient de faire bon usage du raisonnement. En résumé, cette sphère publique doit rassembler les représentants éclairés de ceux qui ne peuvent pas prendre part au fonctionnement de cet espace où se manifeste pourtant l'opinion publique.

Le nouvel espace public : Habermas montre que des couches non-bourgeoises pénètrent peu à peu cette sphère publique. D'abord favorable à l'opinion publique, les libéraux vont la condamner. Pour eux, l'opinion publique risque d'exprimer simplement la domination des masses et des médiocres. De plus, l'exercice de la raison laisse place à l'existence de la manipulation.

La sphère publique assurait une fonction de médiation entre l'Etat et la société. Les associations, syndicats et partis ne font plus désormais que d'obtenir l'assentiment du public « vassalisé », en utilisant les médias et le marketing politique. L'arrivée des nouveaux médias (photographie en 1839, cinéma en 1895, radio en 1917, etc.) permet la diffusion en masse de la communication. Et ses aspects indiciels (la voix, la parole) détournent l'esprit de la raison. Or communication et rationalité doivent rester liées. L'exercice de la raison se pratiquant par l'esprit, le livre, les journaux. Le livre, objet pauvre sensoriellement, permettrait au lecteur d'intérioriser sa conscience, en concernant celle-ci sur le seul contenu de l'ouvrage. Le livre isole en effet le récepteur du message, sans interagir avec lui qui l'écrit. Les médias court-circuitent ainsi la raison par des raccourcis sensoriels. Par l'**émotion**, la **persuasion**, plutôt que l'explication rationnelle et logique.

Par la suite, Habermas, face aux critiques, a abandonné sa thèse de l'abrutissement du public et de la supériorité de l'espace public bourgeois au profit de la théorie des actes communicationnels. Habermas construit sa thèse, par une discussion de la théorie sociale de

Weber. Les quatre idéaux-type de Weber sont les suivants, classés par ordre croissant de rationalité ; ils caractérisent l'action dans la communication :

- **L'habitude** : on ne sait pas pourquoi on se conforme à une routine, mais on s'en donne les moyens
- **L'affect** : en plus des moyens, on attribue une fin à l'action
- **Les valeurs** : l'action est guidée par du sens, mais sans tenir compte des conséquences des actes
- **L'action rationnelle en finalité** : on s'attache aux conséquences, en sus des moyens, fins et valeurs

Selon Habermas, il faut étudier les réseaux d'interactions dans une société faite de relations communicationnelles, l'union dans la communication des sujets opposés. Il définit :

- **L'agir instrumental** : il vise purement la technique ; il est efficace mais vide de sens. Il s'agit de médias froids (facebook, twitter etc.)
- **L'agir stratégique** : c'est la raison et l'action visée étroitement égoïste, utilitaire ; les médias de masse en constituent le dispositif privilégié.
- **L'agir communicationnel** : il s'agit de l'action objective, cognitive qui s'impose de dire le vrai. L'action qui vise la justesse morale de l'action ; l'action expressive qui suppose la sincérité. Ici il s'agit d'une définition commune de situations.

Si les raisons souffrent, c'est en raison du déséquilibre entre la puissance de l'instrumental (dirigé par le pouvoir économique et technocratique) et le monde vécu. L'espace public n'est plus la panacée du pouvoir institutionnel mais il est l'ensemble de la société civile et des médias de masse. Où chacun peut contribuer. Ce nouvel espace public doit être un espace public de débat, ouvert à tous, mais comportant des experts. La légitimité de la parole, le vrai dans l'agora de notre communication se construit sur des pratiques argumentatives, liées à des actions communicationnelles des activités d'interprétation des individus et des groupe sociaux. Pour Habermas, la rationalité n'a pas trait à la possession d'un savoir, mais à la façon dont les sujets doués de parole et d'action acquièrent et emploient un savoir.