

Nous sommes tous devenus des médias !

Brève intervention dans un séminaire de formation à la communication, Crêt Bérard, Lausanne, 5 septembre 1996.

Messieurs,

Je ne vous étonnerai pas en vous disant que la communication, c'est une véritable tarte-à-la-crème aujourd'hui. Il n'y en a que pour la communication, n'est-il pas vrai ?

Si une guerre éclate, on dira : « *ce sont les Etats-Majors ou les Présidents qui auront mal communiqué !* ».

Si les élections américaines tournent en faveur des démocrates, on dira que les républicains n'ont pas su communiquer.

Lorsque Madame Kopp a démissionné de son poste de Conseillère fédérale, les conseillers politiques ont dit "*Mais enfin c'est normal, elle n'a pas su communiquer !*".

Si un couple va mal, le psychologue dira: « *Il n'y a pas de communication entre eux, ils ne "s'entendent pas !"* ».

Bref, aujourd'hui si tu ne sais pas communiquer, t'es un homme mort, un handicapé du discours, un démembré de la parole, un lobotomisé du social... Le voilà le message idéologique tacite qui se dissimule derrière le discours communicationnel contemporain: c'est le désormais célèbre "*communiquer ou mourir*".

Avant l'on disait en pinçant les lèvres: « *est-il bien né ?* ».

Aujourd'hui, l'air de ne pas y toucher, on questionne: « *sait-il communiquer ?* », « *fait-il bonne impression ?* »

Nous sommes justement ici -pendant cette journée- pour appréhender des techniques de communication. Bien sûr que la communication, c'est l'école de l'humilité, mais j'ai envie de dire que c'est l'école du plaisir aussi et s'il existe une science de la communication, autant qu'elle soit *libido scientiae*, une science du plaisir faite avec plaisir.

Mais attention!... Je crois qu'il faut être critique sur cet apprentissage de techniques, et, finalement, sur notre propre exercice communicationnel du jour...!

Car j'ai l'intime conviction que ces exercices pratiques nous emmèneront bien plus loin que l'on peut imaginer: en travaillant l'art rhétorique, la manière de se présenter, la façon d'argumenter, l'art d'organiser un débat, la technique de séduction oratoire, la façon d'apprivoiser la caméra, bref l'art du discours, que faisons-nous réellement ?

Eh bien nous examinons les diverses manières dont la société se met en scène.

On le sait, toute mise en scène est une mise en sens; et toutes les sociétés se sont mises en scènes bien avant l'arrivée des médias électroniques. Louis XIV, par exemple, organisait de somptueux cortèges destinés à le mettre en scène, à le faire paraître bien

plus beau et magnifique qu'il était. Et pourtant il n'y avait pas de caméras, mais il y avait des citoyens à séduire et à convaincre... Donc des rituels à inventer, du pouvoir à créer, à générer et à gérer. L'armée est dans ce sens une institution formidablement féconde à analyser. La communication est au coeur du pouvoir, y compris au coeur du pouvoir militaire.

Il reste que l'agora publique -il est vrai- a changé de forme, entre autre d'ailleurs sous l'influence générale des médias.

La justice est de plus en plus concurrencée sur son terrain, on l'a vu dans l'Affaire du sang contaminé, dans l'Affaire OJ Simpson, dans l'Affaire Kopp, dans l'Affaire des fonds juifs où les procès ont d'abord été instruit dans l'espace médiatique par les journalistes.

L'école aussi est concurrencée par la télévision avec la chaîne du savoir, la télé-université et j'en passe. Le sport également, particulièrement les épreuves olympiques dont les règles du jeu même sont adaptées au jeu médiatique.

L'armée ne peut -de même- ignorer la société de communication et de spectacle, qu'elle doit défendre. Elle s'est dotée d'un appareil de relations publiques, de relais politiques, de stratégies médiatiques et voilà qu'elle émet le voeux de former ses cadres et ses hommes au feu féroce de la communication.

Et finalement, par delà les institutions, c'est notre quotidien dans son entier qui est modifié par la présence des médias et par le spectre de la communication: la manière même de parler, de s'habiller, de se présenter, de s'adresser la parole, la façon même d'argumenter et de mobiliser certaines valeurs. Nos enfants ne rapperaient pas sans les médias, vos épouses feraient d'autres photographies familiales (d'autres cadrages), nos vacances seraient différentes, nos projets certainement aussi. C'est que les médias fécondent la société tout entière.

Bref nous sommes désormais traversés par la parole médiatique, nous sommes même -à proprement parler- devenus des médias incarnés, comme le dirait Wim Wenders ou Godard, le cinéaste vaudois.

C'est à ces nouvelles formes de la communication, Messieurs, que cette journée nous prépare.

Merci de votre attention et bonne après-midi.

Copyright 2003 ProLitteris et Stéphane Haefliger, CH 8033 Zürich

Stéphane Haefliger
Sociologue
Boulevard de Grancy 27
1006 Lausanne

Tél. perso: 021 617 31 55

Mobile: 079 742 67 81

E-Mail: stepcom@bluewin.ch