

ARGUMENTS

Cette rubrique veut offrir un lieu de discussion et de confrontation.

«Arguments» souhaite contribuer à un dialogue scientifique fécond en publiant des réactions à diverses publications scientifiques. Ces pages seront également ouvertes aux réflexions suscitées par les dossiers de la revue.

A PROPOS DE R. GHIGLIONE ET A. TROGNON, OÙ VA LA PRAGMATIQUE?

Comme l'indique le sous-titre de cet ouvrage¹, l'intention des auteurs est d'articuler psychologie sociale et pragmatique linguistique de sorte à inscrire et étudier les phénomènes de communication inter-humaine dans une perspective psychosociopragmatique. Ce projet cependant, se poursuit de manières très différentes selon les deux parties qui composent l'ouvrage et il vaut la peine, étant donné l'intérêt de chacune d'elles, de les présenter séparément.

La première partie, intitulée "Les pré-requis du jeu" se situe franchement dans le cadre d'une pragmatique inférentielle telle que celle dessinée dans l'ouvrage de Sperber et Wilson: *La pertinence*², encore que ce soit avec une certaine réserve à l'égard de certains aspects –jugés naïfs– du modèle, réserve sur laquelle nous reviendrons plus loin.

¹ R. GHIGLIONE et A. TROGNON, *Où va la pragmatique? De la pragmatique à la psychologie sociale*, Grenoble, Presses de l'Université de Grenoble, 1993, xxx p.

² Dan SPERBER et Deirdre WILSON, *La pertinence. Communication et cognition*, Paris, Editions de Minuit, 1989, 396 p.

Le modèle inférentiel de Sperber et Wilson, on le sait, s'est construit en opposition au modèle du code qui a longtemps prévalu en théorie de la communication. Les messages n'y sont donc plus considérés essentiellement comme des séquences de signes à dévoiler mais comme des indices permettant d'inférer les intentions informatives du locuteur. Ghiglione et Trognon, rappellent eux-mêmes en ces termes le modèle, tout en y ajoutant quelques questions essentielles au sujet de ce qui fait indice :

— dès lors que l'on considère que : «communiquer c'est produire et interpréter des indices» et que le langage est porteur d'indices;

— dès lors que l'on considère que «le locuteur fournit par son énoncé une expression interprétative d'une de ses pensées et (...) l'auditeur construit sur la base de cet énoncé une hypothèse interprétative portant sur l'intention informative du locuteur»¹, il devient possible et *nécessaire* d'aller chercher dans le matériau langagier lui-même la réponse à des questions telles que :

Qu'est-ce qui constitue tel ou tel élément langagier en indice?

En quoi, et de quoi, cet indice constitue-t-il une expression interprétative?

Pourquoi et comment, l'interlocuteur utilise-t-il ces indices pour faire des hypothèses interprétatives sur les intentions informatives du locuteur?" (p. 43).

Dans le cadre de ce modèle théorique et de ces questions, les auteurs montrent, à travers de nombreuses expériences de psychologie sociale, le rôle que jouent effectivement différents éléments langagiers dans les jeux communicatifs de sujets engagés dans une relation: Ego-Alter-Objet: "(...) pour le locuteur comme pour l'interlocuteur certains fragments linguistiques se constituent en indices d'une structure cognitive (ayant ici à voir avec des attitudes à l'égard d'objets structurant le système de croyances du sujet), indices permettant aux uns de donner à entendre et aux autres d'inférer des intentions informatives et de se positionner par rapport à elles" (p. 64). Ainsi, dans un énoncé, *les déterminants du substantif* (définis ou indéfinis), de même que les verbes d'état, jouent comme indices de l'intention informative du locuteur quant au degré d'existence du référent du substantif. Par exemple, que des sujets contre l'avortement, sollicités à exprimer leur opinion, utilisent préférentiellement l'article défini (*l'enfant*), montre

¹ D. SPERBER et D. WILSON, *op. cit.*, p. 346.

que ce type d'article, à l'inverse de l'article indéfini (*un* enfant), joue dans le sens du renforcement d'existence (cf. p. 63).

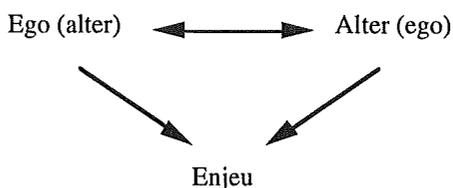
Citons encore, parmi les indices étudiés dans l'ouvrage, ceux ayant trait au jeu sur l'opacité/transparence énonciative. On peut, à propos de tels indices, enregistrer de nombreuses variations significatives, en raison, notamment, des stratégies discursives des locuteurs: par exemple, selon qu'un sujet cherche à convaincre, à informer, ou simplement à intéresser, son discours contiendra plus ou moins des marques énonciatives, le but de convaincre entraînant plus que les deux autres, l'opacification de l'énonciation (effacement du locuteur et de l'interlocuteur), ceci à des fins d'objectivation.

Parmi les nombreuses expériences rapportées dans l'ouvrage, il convient de remarquer celles qui montrent que le locuteur fournit parfois des indices dont on n'est pas sûr qu'il ait en conscience de les fournir et dont les effets cognitifs ne sont pas forcément prévisibles. Ainsi de certains usages des articles désignant des catégories de personnes par référence à un prototype («l'Arabe» ou «le Maghrébin») ou même de la position syntaxique des sujets dont on parle (cf. p. 89-90). Ces faits justifient la notion d'une pragmatique inférentielle ouverte.

Aussi intéressantes sont les expériences montrant les indices à l'œuvre dans les discours d'interlocuteurs qui, soucieux de préserver leur "face" –selon l'expression de Goffman– atténuent d'avance leurs propos par des verbes modaux (pouvoir, vouloir...), des adjectifs ou adverbes atténuant la portée de l'énonciation, etc.: "Les résultats conduisent à penser que le locuteur –en fonction de la représentation des risques qu'il court– bâtit un projet de sens destiné à «sécuriser» sa position d'interlocuteur. Ce mécanisme sécuritaire passe par l'emploi d'indices qui pourront permettre à l'autre interlocuteur d'interpréter «correctement» des intentions informatives que l'on pourrait identifier" (p. 96). Des anticipations de cette sorte montrent bien ce qu'une situation d'interlocution comporte d'interprétation réciproque:

"Les jeux d'inférence se produisent donc en miroir, l'un donnant à l'autre des indices en fonction de la représentation qu'il s'en fait, de la situation communicative dans laquelle il se trouve, des enjeux qui la structurent, des jeux qui s'y accomplissent, des buts et sous-butts qu'il poursuit: et l'autre prêtant à l'un des intentions informatives spécifiques même quand ce dernier n'en a aucune, au moins en termes spécifiques (...).

Ainsi, de l'intention informative proférée à l'interprétation des indices fournis, le jeu pragmatique indique que toute pragmatique ne peut jamais être qu'une psycho-socio-pragmatique dans la mesure où elle s'inscrit dans une ternarité complexe:



Ternarité telle :

- qu'Ego inscrit Alter dans sa représentation et co-construit son message en fonction de cette interaction et d'une communication structurée et finalisée par un enjeu.
- qu'Alter inscrit Ego dans la représentation et co-construit son interprétation en fonction de cette interaction et de l'enjeu qui structure et finalise la communication (p. 101).

Ces propositions conclusives –qui explicitent remarquablement l'espèce d'intériorisation réciproque qu'impliquent les jeux communicatifs– sont en accord avec le modèle de Sperber et Wilson dans la mesure où il est bien question d'intention informative, d'indice et d'interprétation, mais s'en éloigne cependant sous certains aspects, et c'est la notion d'enjeu qui donne la mesure de cet éloignement. Car cette notion, pour Ghiglione et Trognon implique “que le jeu interlocutoire est subordonné au gain de l'enjeu face à un «adversaire» qui cherche à nous prendre à contre-pied” (p. 103). Cette conception de la communication comme influence sur autrui –ou comme négociation– sera encore plus clairement affirmée à la fin de l'ouvrage.

Dans la seconde partie, Ghiglione et Trognon s'intéressent moins aux relations entre la pragmatique et le fonctionnement cognitif qu'aux relations interpersonnelles qui se jouent dans la conversation. Et le modèle théorique de référence n'est plus tellement celui –très cognitiviste– de Sperber et Wilson, mais plutôt la théorie logique des actes de langage élaborée par Searle et Vanderveken.

Toute conversation apparaît comme quelque chose d'organisé, quelque chose qui, notamment, comporte des tours de paroles impliquant des moments opportuns de transition. Ceux-ci, expliquent les auteurs, sont interactivement négociés mais dépendent des unités de

constitution d'une conversation, unités dont l'explication doit être recherchée au niveau des arts de langage et plus précisément, au niveau des relations logiques qui articulent leurs propriétés.

Le chapitre 2 de cette seconde partie de l'ouvrage propose un exposé très clair de ces relations logiques mises au jour par Searle et Vanderveken. Il peut être utile ici de faire une brève présentation du plan d'ensemble suivi par cet exposé.

On sait qu'un acte de langage est composé d'une force et d'un contenu propositionnel représentant l'état de chose auquel s'applique la force, ce qui dans le formalisme habituellement utilisé s'écrit: F (P). Les composants de la force sont: le but, la direction d'ajustement, le degré de puissance, le mode d'accomplissement, les conditions de contenu propositionnel, les conditions préparatoires (états de choses que le locuteur présuppose concernant les propriétés du locuteur, de l'auditeur, de leurs relations au monde), les conditions de sincérité et le degré de puissance des conditions de sincérité. Les cinq forces primitives sont: les forces cessative, commissive, directive, déclarative et expressive. Toutes les autres forces sont dérivées ou obtenues en appliquant certaines opérations aux composants des forces illocutoires primitives. Il faut aussi distinguer les actes élémentaires et les actes complexes dont la forme logique est irréductible à celle des premiers. Enfin, tous ces actes ont pour propriétés: la réussite et la satisfaction. La réussite d'un acte de langage, c'est son accomplissement dans un contexte d'énonciation, accomplissement qui suppose que le locuteur soit parvenu à bien faire saisir ce qu'il fait. Pour être tout à fait précis, on peut citer les auteurs sur ce point:

“(...) un acte de langage est accompli dans un contexte possible d'énonciation si et seulement si:

- (i) le locuteur atteint le but de F sur P avec le mode d'accomplissement de F, exprime le contenu propositionnel P et P satisfait les conditions de contenu propositionnel de F dans le contexte d'énonciation;
- (ii) le locuteur *présuppose* les propositions déterminées par les conditions préparatoires de F, et que ces propositions sont satisfaites;
- (iii) le locuteur *exprime* et possède avec le degré de puissance requis l'état psychologique m (P) déterminé par les conditions de sincérité de F” (p. 170).

Quant à la satisfaction d'un acte (le fait, par exemple, qu'un ordre réussi soit aussi obéi), elle dépend de certaines conditions défi-

nies par les conditions de vérité du contenu propositionnel et par la direction d'ajustement:

“Lorsque la direction d'ajustement va des mots au monde (...), les conditions de satisfaction des actes de langage s'identifient avec les conditions de vérité de leurs contenus propositionnels (...). Lorsque la direction d'ajustement va du monde au mot (...), les conditions de satisfaction des actes de langage ne sont plus indépendantes de leur accomplissement (...)” (p. 173).

Il existe des relations logiques entre la réussite, la satisfaction ou encore la non-défectuosité d'un acte de langage. La réussite d'un acte, par exemple, n'entraîne pas nécessairement sa satisfaction, tandis que sa satisfaction implique sa réussite (mais non pas nécessairement sa non-défectuosité). Par ailleurs, il existe certaines relations logiques entre l'acte de langage accompli littéralement par un locuteur et d'autres qui ne sont pas littéralement exprimés; c'est le cas, en particulier des actes indirects et des implicatures. La théorie de l'engagement illocutoire rend compte du rapport du locuteur à toutes ces illocutions virtuelles: en exprimant un acte illocutoire, le locuteur entre en relations avec d'autres actes de langage auxquels il est fortement ou faiblement engagé. Par exemple, un locuteur accomplissant avec succès un acte illocutoire est engagé aux assertions des conditions préparatoires et de sincérité de cet acte. De même, un locuteur qui effectue un acte indirect y est engagé même si cet acte est dénégable. Il s'ensuit un espace de négociation à l'intérieur des jeux conversationnels. La moindre conversation constitue une suite d'actes de langage qui se succèdent selon des séquences linéaires –les paires adjacentes notamment– ou selon des relations hiérarchiques dans lesquelles certains éléments jouent un rôle directeur –ils donnent le sens général d'une intervention– tandis que d'autres jouent un rôle subordonné aux premiers, venant appuyer, justifier, ou argumenter relativement à l'acte directeur. C'est justement dans ces éléments subordonnés qu'apparaissent des “négociations”, phénomènes qui justifient l'idée d'une articulation entre la théorie logique des actes illocutionnaires et les formes empiriques de leur succession en conversation.

Les auteurs illustrent cette idée par l'analyse de nombreux extraits de conversation montrant des processus concrets de négociations portant sur les différentes conditions de réussite d'un acte illocutoire: mode d'accomplissement, contenu propositionnel ou présuppositionnel, conditions préparatoires, etc. Or ce que montrent de tels

exemples de négociations, c'est que s'y trouve impliquée la réalisation des rapports sociaux:

“La discussion des conditions de réussite et des conditions de non-défectuosité d'un acte de langage met en balance l'intersubjectivité de l'illocution, donc le rapport social qu'elle instaure. Alors, un locuteur qui ne parvient pas à faire *reconnaître* l'acte de langage qu'il accomplit, direct ou non, subit plus qu'un affront: c'est son narcissisme qui vacille et pas seulement son être social” (p. 241).

Mais il y a plus:

“Il y a donc également les cas où les rapports sociaux se réalisent sans avoir besoin d'être dits, sans que leurs éléments aient été l'objet d'une négociation *explicite*. Ceux-ci sont progressivement constitués dans la succession des actions accomplies par les conversants. Une organisation sociale émerge de leur composition, de plus en plus clairement accessible, manifeste, reconnaissable aux interactants (...) (p. 242).

La logique illocutoire intervient dans ce processus, notamment la loi reliant la satisfaction à la réussite d'un acte illocutoire. Dans la conversation, la satisfaction d'un acte de langage (par exemple l'information donnée par un locuteur suite à une requête d'information d'un autre locuteur) entraîne rétrospectivement sa réussite, fixant ainsi sa valeur communicationnelle intersubjective. C'est ainsi que, très fondamentalement, l'enchaînement des actes de paroles, comme interprétation (tacite) en action, produit de l'intercompréhension et des rapports sociaux.

“Le processus conversationnel, parce qu'y opèrent les lois fondamentales de la logique illocutoire, stabilise intersubjectivement les actions et du même coup tisse de l'organisation sociale, puisque celle-ci n'est rien qu'une combinaison d'actions avec ses rôles, sa division du travail et ses procédés de coordination” (p. 257).

Ainsi, les actes de langage sont à l'interface du linguistique et du social. En parlant, nous construisons du social. Contre Bourdieu et les sociologues objectivistes pour qui l'ordre linguistique est subordonné à l'ordre social, il faut reconnaître une certaine autonomie relative au langage:

“Un acte de langage consiste en l’application d’une force sur un contenu propositionnel. Le contenu propositionnel représente le social et l’accomplissement d’un acte illocutoire constitue par conséquent une opération sur le social qu’il représente. D’où l’autonomie relative des actes de langage. Et c’est précisément à cause de cette autonomie relative que nous pouvons construire du social en accomplissant des actes illocutoires et que nous ne faisons pas simplement que le reproduire” (p. 265).

On souscrit largement à cette conception qui apporte une contribution importante à la clarification des rapports entre l’ordre social et l’ordre linguistique, entre les liens sociaux et les jeux d’interlocution. Cependant, les propositions formulées par les auteurs dans la conclusion générale nous semblent appeler quelques critiques. Ces propositions ne sont pas anodines car elles concernent la théorie générale de la communication. Le recours à des notions comme celles d’enjeu (surtout dans la première partie) conduisent les auteurs à une vision compétitive de la communication. Déjà exprimée, on l’a vu, à la fin de la première partie, cette vision est reprise et systématisée dans la conclusion générale.

“L’enjeu nous apparaît être au fondement même de la mise en œuvre d’une interlocution. Sans enjeu, pas de jeux (d’interlocution), pourrions-nous dire. De la même façon, la négociation et les jeux d’influence qui s’y déploient apparaissent être les “moteurs” des interlocutions où s’affrontent les locuteurs/interlocuteurs” (p. 270).

Dans ce cadre, le principe de pertinence de Sperber et Wilson ne saurait rendre compte à lui seul du fonctionnement de la communication. Il faut au moins deux principes.

“Si l’on accepte:

- a. l’idée que les faits d’interlocution sont liés à des enjeux, et que les jeux d’interlocution sont des jeux de négociation fondés sur des jeux d’influence;
- b. l’idée, exposée tout au long de cet ouvrage, que ces jeux obéissent à des principes et à des règles qui en initient l’affectation et en règlent le déroulement;
- c. l’idée que ces jeux ont une forme contractuelle ouverte, c’est-à-dire non prédéterminée.

Alors on peut, croyons-nous, accepter l'idée que les négociations interlocutoires (conversationnelles ou non conversationnelles) obéissent à deux principes nécessaires et à un certain nombre de règles dont Grice a tracé, avec d'autres, la typologie" (p. 272).

Au principe de coopération de Grice, il faudrait donc, selon Ghiglione et Trognon, ajouter un principe de compétition. Le premier rend compte de ce que les jeux communicatifs supposent l'acceptation de l'échange parlé dans ses buts et direction, mais le second rend compte de ce que cet échange comporte enjeu et compétition.

"Ainsi le principe de compétition s'appuie tout à la fois sur l'identification et l'acceptation d'un enjeu commun, qui déclenche la communication et sur la tentative de proposer/imposer son propre monde, pour "gagner" la partie, i.e. pour donner sens" (p. 276).

"Le principe de compétition aménage donc la possibilité d'un affrontement et d'une influence c'est-à-dire d'une négociation des mondes ou des micro-mondes dans lesquels s'inscrira la (les) référence(s) issues(s) de la mise en interlocution de l'enjeu" (p. 277).

Il paraît indéniable que la communication en général comporte une dimension conflictuelle. Mais on peut s'interroger sur l'importance de cette dimension et sur la meilleure façon de la caractériser. La synthèse théorique de Ghiglione et Trognon repose en grande partie sur une construction métonymico-métaphorique dans laquelle la notion de négociation joue un rôle central. Or, dans notre expérience sociale, cette notion renvoie à des situations particulières que l'on peut caractériser aisément. Il s'agit bien de situations de communication, mais dans lesquelles les interlocuteurs possibles – parmi lesquels se détachent, comme des figures prototypiques, les "partenaires sociaux" ou différentes sortes de responsables politiques ou économiques – entrent en compétition – en pourparlers – au sujet d'un enjeu avec l'intention explicite d'influencer et de tirer un maximum de gain de la partie.

Donc, en donnant au terme "négociation" le rang de concept théorique central, on fait de certaines situations particulières des situations exemplaires – c'est l'opération métonymique: la partie pour le tout – et l'on s'oblige à comprendre toute communication possible dans les termes de ces situations particulières – c'est l'opération méta-

phorique. Est-ce légitime et fécond? Oui et non. Oui dans la mesure où la métaphore permet de voir –par grossissement– et de mettre en évidence –théoriquement– certains traits caractéristiques d’un vaste ensemble de situations. Dans le cas qui nous occupe, la métaphore de la communication-négociation permet de déceler les aspects compétitifs de nombreuses communications, et notamment de celles dans lesquelles ces aspects devraient être inopérants: l’entretien non-directif par exemple dans lequel, malgré sa volonté de neutralité et d’empathie, l’interviewer ne peut pas ne pas influencer d’une quelconque manière son interlocuteur. Mais la même métaphore, c’est aussi son côté négatif, est aussi réductrice: révélatrice de certains aspects de la communication, qu’elle tend à surestimer, elle en masque ou sous-estime d’autres. Quel sens y a-t-il à mettre sur le même pied l’entretien non-directif et une réunion des partenaires sociaux? Les jeux d’influence n’y atteignent pas du tout les mêmes proportions. La dimension compétition-négociation n’est sans doute jamais complètement absente, mais on est en droit de supposer une certaine gradation. Il est des situations où cette dimension, loin d’être dominante, est à peine décelable: celles par exemple dans lesquelles des individus fusionnent dans la contemplation d’un même objet (œuvre d’art, discours, vedette...) trouvant à partager, en un moment privilégié, un même monde; ou celles, très différentes et à la fois très semblables, où la présence d’un des partenaires sur le (ou les) autre(s), est tellement forte que sa vision des choses s’impose de soi, ne laissant pratiquement aucune place à la négociation –relation maître-élève par exemple. Il faudrait d’autres métaphores pour caractériser de telles communications ou d’autres moins extrêmes, mais où néanmoins la complicité, la compréhension ou encore la coopération sont l’indice d’un monde partagé, plutôt que négocié. Précisément, tout l’appareil conceptuel de Sperber et Wilson –métaphorique lui aussi, dans une certaine mesure– a pour but de faire droit aux aspects coopératifs de la communication. Ghiglione et Trognon se disent étonnés de l’«angélisme» rationalisateur qui marque certaines assertions de Sperber et Wilson, comme celle-ci: “Les humains communiquent (...): pour modifier et élargir l’environnement cognitif mutuel qu’ils partagent entre eux”¹. Mais le contre-angélisme n’est pas une preuve de pertinence. Il y a une certaine naïveté à croire qu’on sera moins naïf en privilégiant la compétition et l’influence plutôt que la coopé-

¹ SPERBER et WILSON cités par GHIGLIONE et TROGNON, *op. cit.*, p. 102-103.

ration, en subordonnant la seconde à la première. Il est vrai que Sperber et Wilson vont peut-être un peu loin dans le sens qu'imprime à leur réflexion la perspective cognitive, mais il faut tenir compte de ce qu'ils proposent quelque chose de nouveau qui s'oppose en grande partie aux conceptions courantes de la communication et pas seulement aux théories, mais aussi aux pratiques.

On touche ici à une question importante: celle de la place et du rôle des théories dans la vie sociale et culturelle. Dans les sciences dites dures, les métaphores théoriques –par exemple, la métaphore du programme génétique en biologie moléculaire– orientent la connaissance des phénomènes étudiés sans influencer ces phénomènes. Mais il n'en est pas de même dans le domaine des sciences sociales où les métaphores montrent une certaine tendance à l'autoréalisation¹. Les théories durcissent d'une certaine manière les aspects des choses que leurs concepts mettent en profil. Si tout le monde s'entend pour voir dans la communication un jeu ou un combat, ou un processus d'influence dans lequel il s'agit de gagner, cette idée servira de norme de référence et de légitimation pour toutes sortes de pratiques (y compris professionnelles: voir les publicitaires et conseillers en communication) s'appliquant à concrétiser l'idée de manière systématique, créant pour cela le vocabulaire spécialisé (accroche, public-cible, impact...) et les techniques nécessaires.

Comme beaucoup d'autres qui relèvent du même parti pris sur la communication, la conception de Ghiglione et Trognon fait partie d'une boucle de renforcement réciproque entre une certaine vision de la communication comme transmission, persuasion, combat... et la réalité de la communication. La conception de Sperber et Wilson rompt précisément avec cette boucle et laisse entrevoir la possibilité d'une autre. En mettant en profil l'aspect monde mutuel partagé de la communication, elle ne fait plus que modifier notre vision; elle en appelle également aux pratiques qui réalisent cette vision. Que deviendront les communications réelles si tout le monde s'entend à voir en elles des pratiques consistant à fournir les messages-indices nécessaires à la construction d'hypothèses sur le monde, si les notions d'enjeu, de persuasion, d'adhésion, etc. s'estompent au profit de celle du monde mutuel et de pertinence? Si, en d'autres mots, ce qui est perçu comme angélisme se réalise?

¹ Cf. Jean-Pierre MEUNIER, "Les théories de la communication comme métaphores qui se réalisent", dans *Recherches en communication*, n° 1, 1994, p. 71-92.

Quoi qu'il en soit, ce qui nous semble devoir être souligné au terme de cette discussion c'est, d'une part, la complexité de la communication et, d'autre part, la nécessité pour le chercheur en communication de réfléchir à son propre point de vue, au cadre dans lequel il réfléchit, à l'arrière-plan de croyances qui dirige son attention.

De toute évidence, la communication comporte plusieurs dimensions et plusieurs principes, comme ceux de coopération et de compétition que Ghiglione et Trognon, à juste titre, combinent dans une même vision théorique. De toute évidence aussi, ces dimensions sont à la fois complémentaires et antagonistes. On ne peut pas imaginer communication sans monde mutuellement partagé, mais cette notion même de partage implique des différences et donc une certaine concurrence. La notion de négociation désigne une des formes du compromis nécessaire entre ces deux dimensions, mais une des formes seulement, car on peut en imaginer beaucoup d'autres correspondant à la gradation évoquée plus haut.

Il dépend beaucoup du contexte culturel que ce soit l'une ou l'autre de ces formes qui se réalise et l'une ou l'autre des dimensions contradictoires qui domine. Et il dépend, partiellement tout au moins, du chercheur en communication que ces formes soient légitimées ou déstabilisées.

Jean-Pierre MEUNIER