

Communiquer

Revue de communication sociale et publique

Appels en cours

Repenser morale et communication à l'ère numérique

Coordination du dossier par :

Hélène Bourdeloie, université Sorbonne Paris Nord, France

Éric Georges, Université du Québec à Montréal, Canada

Présentation

Nous vivons à l'ère de la communication. En un mot, communiquer est devenu un impératif (Breton et Proulx, 1989 ; Mattelart [1992, 1994, 2001] ; Miège [1989, 1997, 2007] ; Neveu, 2020 [1994]). La communication a d'autant plus connu une forte croissance dans nos vies quotidiennes et ses pratiques ont été soutenues par le développement d'un nombre considérable de dispositifs, dorénavant regroupées sous le vocable générique de « numérique ». Ce n'est d'ailleurs pas un hasard si les « GAFAM » (Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft et autres) — sont devenues les figures emblématiques du capitalisme actuel, et ce à une échelle quasiment mondiale. De cette « explosion » des pratiques communicationnelles médiatisées, est-il possible d'en déduire que nos actions sont plus morales ? L'emprise de la communication, notamment numérique, nous conduirait-elle à prendre des décisions sur une base de plus en plus large en termes de partage d'arguments ?

De cette effervescence des pratiques communicationnelles, pourrait-on inférer que l'intérêt général nous guide dorénavant de mieux en mieux vers une vie meilleure ? Une telle position apparaîtrait en effet tout à fait envisageable du point de vue de Jürgen Habermas pour lequel la morale, habituellement entendue comme « l'ensemble des règles, des principes selon lesquels on dirige sa vie, sa conduite, ses mœurs, considéré relativement au bien et au mal » (Dictionnaire de l'Académie française, 2022) renvoie à une démarche universaliste, qui fait appel à une procédure fondée sur les échanges rationnels d'arguments. Les « interactions médiatisées par le langage » nous permettraient de nous engager dans des relations interpersonnelles susceptibles de contribuer au bien commun (Habermas, 1986 [1983] ; 1992, p. 139). Morale et communication s'avèreraient indissociables, dans le cadre d'un processus de co-construction permanent, car, ainsi que le mentionnent Jacqueline Russ et Clotilde Leguil, chez le philosophe-sociologue allemand



l'activité communicationnelle se comprend au sein d'une intercompréhension visant une entente et une adhésion entre partenaires. Dans ce dernier cas, les partenaires procèdent en argumentant, et cette argumentation présuppose l'impartialité, la responsabilité des interlocuteurs, le caractère sensé de leur discours, etc. (Russ et Leguil, 2012, p. 28)

Bien que discutables, il faut bien admettre que les réflexions du penseur allemand sont pertinentes, du moins d'un point de vue normatif.

Toutefois, si pour Habermas, la communication semble ontologiquement susceptible de participer à la construction d'une morale universellement partagée, pour d'autres, il en est tout autre. Ainsi, Pierre Bourdieu voit plutôt dans les échanges communicationnels un vecteur potentiel permanent de violence symbolique et d'expression de rapports de pouvoir (Bourdieu, 1982). Ici, la morale universelle disparaît au profit du maintien d'un ordre social inégalitaire qui repose sur la domination de normes pouvant être présentées comme largement partagées, mais qui, en réalité, correspondent à celle du groupe dominant, que celui-ci prenne la figure de la bourgeoisie, du patriarcat ou encore de l'Occident. On y retrouve ici l'idée d'un autre penseur de la domination, Antonio Gramsci (1978 [1974]), pour lequel cette domination, d'ordre clairement idéologique, renvoie aux luttes hégémoniques entre idéologie dominante et mouvements contre-hégémoniques. Nous retrouvons aussi la pensée critique féministe de Nancy Fraser (2001) qui, dans une perspective gramscienne, met l'accent sur la place prise par les membres de groupes sociaux minorisés comme les femmes, les immigré·e·s ou les ouvrier·ère·s, qui élaborent et diffusent des contre-discours visant à contester les normes propres au public bourgeois et à élaborer de nouveaux styles de comportements politiques et de nouvelles normes de discours public. Ainsi ces groupes subordonnés contribuent-ils à repenser une morale qui remet en cause un universalisme de façade, voire une morale qui serait susceptible de le repenser sur une base réellement plurielle. Pouvons-nous espérer que nos pratiques communicationnelles nous permettent de contribuer à fonder une morale contribuant à l'élaboration d'un universalisme fondé sur le partage des idées, l'égalité des participations, l'expression des singularités et le bien commun ? Autrement dit, dans quelle mesure les pratiques communicationnelles peuvent-elles concourir à édifier une morale partagée favorisant le mieux vivre ou *buen vivir*, pour reprendre un concept autochtone développé dans d'autres contrées qu'occidentales (Ortiz, 2013 ; Acosta, 2014) ? Au contraire de cet idéal universaliste, les pratiques communicationnelles, en particulier à l'ère numérique, n'avantageraient-elles pas l'expression d'intérêts particuliers, notamment ceux des groupes dominants qui ferait fi de la diversité du monde ? Et la multiplication des échanges fondés sur le « numérique » que d'aucuns appellent de leurs vœux, ne serait-elle pas aussi un problème, notamment en termes environnementaux ?

Pour répondre à ces interrogations, les dispositifs communicationnels et leurs usages nous semblent d'autant plus importants à étudier que l'intérêt commun ne peut émerger que des participations aux échanges concrets, comme le dit Nancy Fraser, qui ajoute qu'« il n'y a aucun moyen de savoir à l'avance si le processus de délibération débouchera sur la découverte d'un bien commun » (Fraser, 2001, p. 144). Il en résulte qu'il est impossible de présumer ce qui relève de la construction de la morale. C'est seulement dans le cadre des échanges intersubjectifs entre humain·ne·s que ces enjeux prennent forme (ou pas).

Nous proposons d'accorder la priorité dans ce numéro de la revue Communiquer à l'étude de ces processus communicationnels en mettant notamment l'accent sur les caractéristiques des configurations des dispositifs (qu'il s'agisse, par exemple, des interfaces proprement dites ou de l'emploi des algorithmes) qui rendent ces processus possibles ou qui y participent largement, sur les raisons (économiques, financières, politiques, techniques, sociales...) qui expliquent les choix sociotechniques ainsi que sur leurs usages. Chercheuses et chercheurs peuvent ici s'intéresser plus spécifiquement à des dispositifs particuliers (médias ou réseaux siconumériques...), à des pratiques tant individuelles que collectives ou militantes, ainsi qu'à des expériences plus ponctuelles,



comme les participations dans des applications de messagerie, plateformes de contribution ou groupes de discussion... créés par des institutions à des moments précis de débats publics ou reposants sur les industries du web. La présente proposition s'ancrant dans les perspectives critiques, celle-ci est ouverte à la fois aux travaux qui mettront l'accent sur les obstacles au développement de relations morales et « responsables », ainsi que sur les pratiques et dispositifs qui favorisent un renouveau en termes de construction de la morale et de la responsabilité tant individuelle que collective.

Nous vous invitons à aborder ces questionnements et enjeux au travers de trois axes :

1. Des inégalités de participation aux processus

communicationnels

Les dispositifs communicationnels porteraient-ils en eux des caractéristiques qui en feraient des outils inégalitaires, classistes, hétéronormatifs (Cohn, 2019) et genrés ? Selon certaines études, des principes mêmes d'interaction discursive auraient systématiquement tendance à favoriser les hommes qui prennent plus la parole et sont davantage à l'origine d'interruptions (Eakins et Eakins, 1976 ; West et Zimmerman, 1977, 1983 ; West et al., 1983 ; Michard et Viollet, 1991), encore que les dispositifs socionumériques comme Facebook, massivement investis par les femmes, contribuent à affecter la partition du genre en matière de prise de parole (Le Caroff, 2015). Les dispositifs communicationnels portent-ils en eux des valeurs culturelles au détriment d'autres ? Encouragent-ils les prises de parole de certaines classes sociales plutôt que d'autres, de certaines catégories de personnes plutôt que d'autres, de certains genres ou de certaines « races » (Vörös, 2020) ?

Et qu'en est-il des pratiques concrètes : constatons-nous par exemple l'expression de rapports de domination fondés sur la classe, le genre, la race, l'âge, les préférences sexuelles, les handicaps ou autres ? Est-il possible de développer des normes d'action communicationnelle susceptibles de favoriser une plus grande égalité des échanges en remettant en cause les différents rapports de domination ? Que penser des principes de modération, d'organisation des échanges instaurés dans certains cadres institutionnels ? Existe-t-il des espaces, numériques ou non, au sein desquels une certaine égalité des prises de parole est possible ? Dans quelle mesure des dispositifs et pratiques peuvent-elles contribuer à déjouer des inégalités de participation aux processus communicationnels ? Des stratégies, procédures ou discours sont-ils mobilisés en ce sens et si oui comment ?

2. Des capacités ou non des processus communicationnels à participer à l'élaboration d'une morale repensée et partagée

Dans quelle mesure ces dispositifs communicationnels et leurs pratiques afférentes contribuent-ils à élaborer de nouvelles normes largement partagées, voire à vocation universelle ? Sur des bases toujours occidentales ou qui intègrent d'autres points de vue sur le monde, par exemple dans une perspective proche de celle d'Achille Mbembe (2016, 2020) ? Participent-ils à l'élaboration de nouveaux « possibles » fondés sur une critique du capitalisme, du patriarcat et du colonialisme ? Ou au contraire, rendent-ils plus difficile la formation de ces nouvelles normes susceptibles de contribuer à changer le monde ou d'inventer de nouveaux possibles ? Dans quelle mesure est-il moral d'utiliser des dispositifs communicationnels qui participent à la reproduction des rapports inégalitaires, voire des rapports d'exploitation auxquels contribuent les géants



du numérique ? Ou faut-il plutôt favoriser l'emploi de dispositifs alternatifs pour penser le monde autrement ? Ces dispositifs et les pratiques afférentes encouragent-ils plutôt le repli sur soi, ainsi que le partage d'idées entre personnes et collectifs qui ont *a priori* des opinions très proches les unes des autres, ou peuvent-ils constituer des lieux d'affrontement des idées et de formation de dissensus (Mouffe, 1994) ? Au-delà, quel est le rôle de ces dispositifs dans notre manière d'« être au monde » (Fabris, 2018) ? Dans quelle mesure peuvent-ils jouer un rôle dans l'édification d'une morale partagée et répondant à des idéaux universalistes ?

3. D'une morale partagée à la sobriété numérique

Enfin, que devons-nous penser de l'idée d'une circulation des idées toujours plus vaste à l'échelle planétaire qui, au mieux, permettrait de voir émerger une morale universelle vraiment partagée et non fondée sur la base de la domination occidentale ? Pour Habermas, mais aussi pour Fraser (2001), Miège (2010) et d'autres auteurs et autrices, nous restons dans le registre de la discussion en écartant tout argument d'autorité. Au contraire, chez Hans Jonas, auteur de l'ouvrage *Le principe responsabilité. Une éthique pour la civilisation technologique* (1991 [1979]), la fabrication d'un consensus démocratique peut ne pas correspondre à nos besoins face à la catastrophe écologique en cours. Comme le dit Oumar Kane (2022), l'argument d'autorité écarté par les éthiques de la discussion pourrait alors servir d'ultime recours à une éthique de la responsabilité soucieuse de sauver ce qui peut encore l'être. Plus concrètement, il est d'ailleurs possible de se demander si le développement toujours plus important des utilisations d'un vaste ensemble de dispositifs communicationnels n'est pas une concrétisation parmi d'autres d'une croissance sans fin incompatible avec l'existence d'une planète finie. Empreints de morale jonassienne, afin de préserver à la fois notre écosystème et notre descendance, ne devrions-nous pas au contraire limiter nos échanges communicationnels à distance et favoriser des modes plus traditionnels d'échanges privilégiant les communications locales ? Des cultures pourraient-elles nous aider à envisager ces autres façons de communiquer de manière compatible avec une autre façon de penser notre rapport à l'écosystème dont nous ne sommes qu'une composante parmi d'autres ? Dans quelle mesure les normes morales devraient-elles être repensées à l'aune de la numérisation de nos sociétés (Flipo, 2021) ?

Dates importantes (calendrier prévisionnel)

Soumission des résumés : 30 septembre 2022

1^{er} Retour aux auteurs : 14 octobre 2022

Soumission des articles complets : 15 avril 2023

2^e Retour aux auteurs : 13 juillet 2023

Renvoi des révisions par les auteurs : 7 septembre 2023

Parution : 4^e trimestre 2023]

Directives

Les résumés seront soumis à *Communiquer, Revue de communication sociale et publique* en sélectionnant le dossier « **Article – Sur appel** », veuillez préciser dans les notes aux rédacteurs que le dépôt concerne l'appel à articles du dossier « **Repenser morale et communication à l'ère numérique** ».



Les résumés feront environ **5 000 caractères hors bibliographie** et présenteront l'introduction précisant la **problématique**, la **méthodologie**, les **résultats** et

l'apport de l'article. La bibliographie contiendra un **maximum de 10 références** citées dans le résumé.

Par la suite, lors du dépôt des articles complets, veuillez procéder par votre compte d'auteur. Les exigences détaillées de soumission des articles sont indiquées à l'adresse : <http://communiquer.revues.org/1275>.

Les consignes de mise en forme d'un article sont consultables sur la page : <http://communiquer.revues.org/1276>

Afin d'éviter les conflits d'intérêts potentiels, les personnes qui soumettent des manuscrits peuvent, si elles le souhaitent, transmettre à la revue une liste des personnes évaluatrices ou responsables de manuscrit qui pourraient occasionner de tels conflits.

Les propositions de communication (articles complets) feront l'objet d'une évaluation en « double aveugle » par les membres du comité de lecture.

Coordination

Hélène Bourdeloie, maîtresse de conférence en science de l'information et de la communication, université Sorbonne Paris Nord, helene.bourdeloie@univ-paris13.fr

Éric George, professeur à l'École des médias, Université du Québec à Montréal, george.eric@uqam.ca

Secrétariat de rédaction : revuecsp@uqam.ca

Références citées

Acosta Espinosa, A. (2014). *Le buen vivir : pour imaginer d'autres mondes*. Utopia.

Bourdieu, P. (1982). *Ce que parler veut dire*. Fayard.

Breton P. et Proulx, S. (1989). *L'explosion de la communication : la naissance d'une nouvelle idéologie*. Boréal, La Découverte.

Cohn, J. (2019). *The Burden of Choice: Recommendations, Subversion and Algorithmic Culture*. Rutgers University Press.

Dictionnaire de l'Académie française. (2022). Morale. *Dictionnaire de l'Académie française*. <https://www.dictionnaire-academie.fr/article/A9M2786>.

Eakins, B. et Eakins, G. (1976). Verbal turn-teaking and exchanges in faculty dialogue ». Dans B. Lou Dubois et I. Crouch (dir.), *The Sociology of the Languages of American Women*, Trinity University Press.

Fabris, A. (2018). *Ethics of Information and Communication Technologies*. Springer.

Flipo, F. (2021). L'impératif de la sobriété numérique. *Cahiers Droit, Sciences & Technologie*, 13, 29-47. <https://doi.org/10.4000/cdst.4182>

Fraser, N., (2001). Repenser la sphère publique : une contribution à la critique de la démocratie telle qu'elle existe réellement. *Hermès*, 31, 125-156. <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2001-3-page-125.htm?contenu=resume>

Gramsci, A. (1978 [1974]). *Cahiers de prison*. *Cahiers* 10, 11, 12, 13 (P. Fulchignoni, G. Granel et N. Negri, trad.). Gallimard.

Habermas, J. (1986 [1983]). *Morale et communication : conscience morale et activité communicationnelle* (C. Bouchindhomme, trad.). Éditions du Cerf.

Habermas, J. (1992 [1991]). *De l'éthique de la discussion* (M. Hunyadi, trad.). Éditions du Cerf.

Jonas H. (1991, [1979]). *Le principe responsabilité. Une éthique pour la civilisation technologique* (J. Greisch, trad.). Flammarion.

Kane, O., Bizimana A.-J. et Al-Rawi, A. (2022). Hans Jonas, le choc écologique et la métaéthique de la responsabilité. Repenser les limites de la communauté éthique à l'ère de l'Anthropocène. *Actes du XXI^e Congrès de l'AISLF (CR 33)*, <https://aislf-cr33.org/publication-des-actes-de-colloque-du-congres-tunis-2021>.



- Le Caroff, C. (2015). Le genre et la prise de parole politique sur Facebook. *Participations*, 12(12), 109-137. <https://doi.org/10.3917/parti.012.0109>
- Lits, M. (2014). L'espace public : concept fondateur de la communication. *Hermès*, 3(70), 77-81. <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2014-3-page-77.htm>
- Mattelart, A. (1992). *La communication-monde*. La Découverte.
- Mattelart, A. (1994). *L'invention de la communication*. La Découverte.
- Mattelart, A. (2001). *Histoire de la société de l'information*. La Découverte.
- Mbembe, A. (2016). *Politiques de l'inimitié*. La Découverte.
- Mbembe, A. (2020). *Brutalisme*. La Découverte.
- Miège, B. (1989), *La société conquise par la communication, Tome 1 : Logiques sociales*. Presses Universitaires de Grenoble.
- Miège, B. (1997), *La société conquise par la communication, Tome 2 : La communication entre l'industrie et l'espace public*. Presses Universitaires de Grenoble.
- Miège, B. (2007), *La société conquise par la communication, Tome 3 : Les Tic entre innovation technique et ancrage social*. Presses Universitaires de Grenoble.
- Miège, B. (2010). *L'espace public contemporain. Approche info-communicationnelle*. Presses universitaires de Grenoble.
- Michard, C. et Viollet, C. (1991). Sexe et genre en linguistique – Quinze ans de recherches féministes aux États-Unis et en R.F.A. *Recherches féministes*, 4(2), 97-128. <https://doi.org/10.7202/057654ar>
- Mouffe, C. (1994). *Le Politique et ses enjeux. Pour une démocratie plurielle*. La Découverte/MAUSS.
- Neveu, É. (2020 [1994]). Une société de communication ? Montchrestien.
- Ortiz, J. (2013). Le concept andin de buen vivir et l'écosocialisme. *Le Grand Soir*, <https://www.legrandsoir.info/le-concept-andin-de-buen-vivir-et-l-ecosocialisme.html>
- Ruault, L., Hertz, E., Debergh, M., Martin, H. et L. Bachmann (2021). Patriarcat, capitalisme et appropriation de la nature. *Nouvelles Questions Féministes*, (40), 6-16. <https://doi.org/10.3917/nqf.402.0006>
- Russ, J. et Leguil, C. (2012). Morale et éthique chez Jürgen Habermas. Dans J. Russ (dir.), *La pensée éthique contemporaine* (p.25-30). Presses Universitaires de France
- Vörös, F. (2018). L'imbrication des rapports de pouvoir dans les dispositifs de débat télévisé à l'ère numérique. *Questions de communication*, (33). <https://journals.openedition.org/questionsdecommunication/12123>.
- West, C. et Zimmerman, D. H. (1977). Women's place in everyday talk. Reflections on parent-child interaction. *Social Problems*, 24(5), 521-529.
- West, C. et Zimmerman, D.H. (1983). Small insults. A study of interruptions in cross-sex conversations between unacquainted persons. Dans B. Thorne, C. Kramarae et N. Henley (dir.), *Language, Gender and Society*. Newbury House.

