

Présentation

Angeliki Monnier



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/10815>
DOI : [10.4000/questionsdecommunication.10815](https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.10815)
ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 31 décembre 2016
Pagination : 355-357
ISBN : 978-2-8143-0313-3
ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Angeliki Monnier, « Présentation », *Questions de communication* [En ligne], 30 | 2016, mis en ligne le 13 mars 2017, consulté le 25 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/10815> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.10815>

Tous droits réservés

ANGELIKI MONNIER

Centre de recherche sur les médiations

Université de Lorraine

F-57000

angeliki.monnier@univ-lorraine.fr

PRÉSENTATION

Prenant comme point de départ l'apparition d'une nouvelle forme d'affectivité dans la communication humanitaire, Lilie Chouliaraki, professeure à la London School of Economics and Political Science, explore les trois facteurs qui ont modifié la communication de la solidarité au cours de quatre dernières décennies : l'institutionnalisation du champ de l'aide et du développement, le recul des grands récits de la solidarité, la technologisation croissante de la communication. Si chacune de ces transformations a été étudiée séparément, leur articulation et, surtout, ses implications, n'ont pas été analysées. Pourtant, c'est grâce à ce croisement que nous pouvons mieux comprendre comment le spectacle de la souffrance a subtilement – mais sûrement – transformé le public occidental en un type spécifique d'acteur, le spectateur « ironique » de ceux qui sont vulnérables.

Le concept d'ironie fait ici référence à une attitude de « connaissance détachée », une forme de scepticisme vis-à-vis de toute prétention à la vérité. Il est vrai que, dans les postures postmodernes, l'ironie est souvent traduite en tant que cynisme froid qui rejette tout attachement moral et prône un agnosticisme ludique. En revanche, tel qu'il est défini par Lilie Chouliaraki, le spectacle « ironique » des vulnérables continue à impliquer l'acteur. Même si le spectateur est sceptique à l'égard des aspects moraux de l'action solidaire, il reste enclin à penser qu'il faut entreprendre une action à propos de ceux qui souffrent. Néanmoins, à la place d'une représentation objective de la souffrance, à savoir quelque chose de distant qui invite à contempler la situation d'êtres lointains, nous sommes aujourd'hui dans

une représentation subjective de la souffrance, qui correspond à quelque chose d'inséparable de nos propres « vérités », qui invite à la contemplation de notre condition. Faire du bien aux autres est une question de « comment je me sens » et, par conséquent, doit être récompensé par des gratifications narcissiques. Tel est le passage d'une *éthique de la pitié* à une *éthique de l'ironie*.

Le déclin des grands récits a sans doute contribué à la montée de la disposition ironique, mais, comme l'auteure le suggère, l'éthique de la solidarité a une histoire plus complexe obligeant à examiner les deux autres dimensions de son émergence : la professionnalisation du champ de l'aide humanitaire et la transformation des pratiques médiatiques. Lilie Chouliaraki s'arrête sur ces trois éléments.

D'abord, l'auteure discute les implications de l'expansion et de l'instrumentalisation concomitante du champ de l'aide et du développement, notamment le rôle des techniques de *marketing* liées à la stratégie des marques et appliquées dans l'humanitaire. Elle montre que, malgré ses objectifs bénins de maximiser son efficacité et d'accroître la responsabilisation des donateurs, le régime financier du champ de l'aide et du développement légitime une logique néolibérale de gouvernance qui transforme les aspirations cosmopolites de l'humanitaire en des aspirations entrepreneuriales et, ce faisant, non seulement il ne parvient pas à servir l'idéal de la société civile mondiale, mais porte des effets néfastes sur les êtres vulnérables.

Ensuite, Lilie Chouliaraki aborde la question politique à travers notamment la fin des grands récits collectifs et la montée de la morale individualiste en tant que principale motivation pour l'action. Elle revient sur l'histoire de la culture politique de la solidarité dans sa dimension séculaire et s'arrête sur le rôle d'Adam Smith qui a été le premier à proposer une acception néolibérale de la solidarité fondée sur la bienveillance. Sur la base de ce regard historique, la chercheure présente les deux variations du concept qui en découlent : la solidarité en tant que *salut* et en tant que *révolution*. Alors que la première est associée à l'humanitarisme proprement dit, en ce qu'elle est née comme une réponse morale aux atrocités de guerre et aspire à sauver des vies et à conforter l'humanité souffrante, la seconde est associée à une critique sociale des conditions de souffrance et aspire à changer les rapports sociaux d'exploitation économique qui se trouvent à l'origine de la souffrance. En analysant les postulats sous-jacents et les limites de chacune de ces acceptions, l'auteure met en lumière leur échec à proposer un récit de la solidarité convaincant pour les publics contemporains, ce qui favorise une approche individualiste et narcissique de la solidarité.

Enfin, Lilie Chouliaraki analyse la dimension technologique de la communication humanitaire. Elle montre comment les nouveaux médias ont engendré une explosion sans précédent de l'auto-expression publique, modifiant les prémisses sur lesquelles la solidarité est communiquée. En brouillant les frontières entre regarder et agir, les nouveaux médias contestent la conception classique de la théâtralité fondée sur la séparation entre, d'un côté, le public et, de l'autre, les acteurs en représentation. L'expression de soi a introduit une approche *antithéâtrale* – mais en aucun cas *a-théâtrale* –, de notre éducation morale. En rendant l'Occident à la fois acteur et

spectateur de ses propres performances, les nouveaux médias portent atteinte à la morale cosmopolite humaniste, car ils marginalisent la voix des « autres lointains » en faveur d'une indulgence relative au soi. Combiné à la fatigue de la compassion, c'est-à-dire à l'apathie des publics face à des iconographies traditionnelles de la souffrance, ce phénomène ne fait qu'accentuer l'impact de la marque capitaliste dans le marché de l'humanitarisme.

En somme, pour Lilie Chouliaraki, au cœur de ces transformations – institutionnelles, politiques et médiatiques – se trouve une mutation fondamentale dans la *structure communicative* de l'humanitaire. Il s'agit du retrait de la construction théâtrale traditionnelle de la solidarité, où la rencontre entre le spectateur occidental et le vulnérable se déroulait comme un événement éthique et politique, en faveur d'un agencement en *miroir*, où cette rencontre est réduite à une autoréflexion, souvent narcissique.

Le texte qui suit constitue une synthèse remaniée de l'ouvrage emblématique de Lilie Chouliaraki, *The Ironic Spectator*, publié en 2013 aux éditions Polity Press (Cambridge), qui a été distingué par le prix « Outstanding Book Award 2015 » de l'International Communication Association (ICA).