



Communication et organisation

23 | 2003

Modèles de communication Homme-Animal

Les animaux et la communication organisationnelle

Hélène Dufau



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/2807>

DOI : [10.4000/communicationorganisation.2807](https://doi.org/10.4000/communicationorganisation.2807)

ISSN : 1775-3546

Éditeur

Presses universitaires de Bordeaux

Édition imprimée

Date de publication : 1 mai 2003

ISSN : 1168-5549

Référence électronique

Hélène Dufau, « Les animaux et la communication organisationnelle », *Communication et organisation* [En ligne], 23 | 2003, mis en ligne le 27 mars 2012, consulté le 20 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/2807> ; DOI : [10.4000/communicationorganisation.2807](https://doi.org/10.4000/communicationorganisation.2807)

Ce document a été généré automatiquement le 20 avril 2019.

© Presses universitaires de Bordeaux

Les animaux et la communication organisationnelle

Hélène Dufau

- 1 Ami, ennemi, divinité ou divertissement, repoussoir ou modèle, de Bastet à Mickey Mouse, l'animal a toujours accompagné la vie de l'homme. Des profondeurs de la préhistoire, on retrouve les témoignages de sa présence. Repas cavaleur qu'il faut traquer, courser, finalement piéger, puis aliment sur pied, les groupements humains le contrôlent, l'élèvent, manipulent sa nature, pour s'assurer l'accessibilité et la qualité de sa toison, sa peau, ses os, c'est selon. Un peu, beaucoup, passionnément, la consommation de sa chair est soumise à diverses contraintes rituelles et idéologiques, restreinte ou croissante selon des modes qui fluctuent à travers le temps, les groupes sociaux, le milieu de vie, rural ou urbain. Son habitat et les traitements qu'on lui applique varient selon l'évolution des sociétés.
- 2 Il devient un auxiliaire « toutes mains » pour des tâches aussi variées que le transport, la guerre, le gardiennage, voire la chasse de certains de ses congénères, le travail des champs. Sans oublier la valorisation des hommes et des groupes sociaux, qui le traitent comme un bel objet, le mettent en scène pour leur gloire, ou leur plaisir... prétexte à assouvir à bon compte un sadisme socialement illégitime.
- 3 Laisse à lui-même, ou introduit dans la proximité, si ce n'est l'intimité, les lectures de sa présence subissent l'évolution des points de vue philosophiques et religieux sur l'humain, sur sa définition et son rapport au monde. On le respecte, on l'emploie, on le maltraite, on en fait un ami ou un objet, un quasi-humain, ou une machine. L'homme reste prisonnier d'une lecture ambiguë de sa nature, convaincu d'une solidarité de condition à cause de leur capacité commune à souffrir, frappé qu'il est de la proximité de comportement qu'il peut manifester avec le sien, convaincu souvent néanmoins de la différence profonde de nature qui les sépare, et parfois de l'inutilité d'un quelconque respect. Alors on punit son assassinat comme s'il s'agissait d'un homme, ou on le torture pour le plaisir, sans regret ou remords, on le tue à la tâche comme un outil remplaçable.
- 4 L'animal, c'est aussi un instrument de communication. Avec les dieux, avec d'autres dimensions du réel. Reflet du divin, il aide à connaître Dieu, à figurer les grands traits de

l'intervention divine, mais aussi diabolique, à édifier une symbolique : il devient signe, leçon, interprétation de vices et de vertus. Au plus haut niveau, il devient le représentant symbolique des grandes forces de l'Univers et des divinités qui hantent l'esprit de cette variante particulière d'animaux qu'est l'homme, notre *sapiens* d'ancêtre. On l'emploie pour véhiculer la sagesse, caricaturer les comportements humains. Objet d'interrogation des savants et philosophes dès l'Antiquité, il aide à illustrer et véhiculer les interprétations qu'ils se font de sa position face à l'homme et dans l'univers. On en fait le porte-parole des idéologies sociales et religieuses, qui lui font dire la noblesse de certains, leur beauté, le triomphe de l'esprit sur la matière, ou au contraire la dépravation, l'odieuse perdition dans la matière de certains autres. Tour à tour égal de l'homme, ou machine on punit sa mort comme un homicide, ou on le traite sans plus de respect qu'un objet.

- 5 Les temps modernes ne sont pas à l'abri de ces recherches, usages, et définitions. L'animal est toujours aussi présent dans la vie contemporaine que dans le reste de l'histoire. Les modalités de sa présence, comme toujours, suivent les sensibilités, les évolutions idéologiques, les exigences économiques dont on dissimule la cruauté sous des discours de bonne conscience. Aliment, auxiliaire, compagnon, il distrait, accompagne, console, glorifie. Et communique, toujours. Il symbolise pour faire vendre, il promeut, sensibilise, sert d'alibi. Il dit l'intérêt croissant pour la nature, sous des espèces emblématiques, sensibilise à bon compte, sans que gênent les paradoxes. Il émerge dans les préoccupations des luttes contre toutes les oppressions, élargissement des droits de l'homme aux droits des êtres sensibles, et de la nature. Il interroge la nature de l'homme, permet de comprendre, d'expliciter, ses capacités de compréhension interspécifique, à travers les compétences biologiques qu'ils partagent.
- 6 Dans un tel contexte, nulle surprise que les organisations, encore et toujours, empruntent à la symbolique ou à la métaphore de l'animal les éléments de communication dont elles ont besoin. On le rencontre, paradoxalement, aux deux extrémités d'un axe qui en fait soit un possible auxiliaire thérapeutique dans certains troubles graves de la communication que rencontrent les humains, soit au contraire un simple « produit », contraint de vivre dans un univers privé de toute communication, prisonnier de la seule rationalité économique, qui le dépouille, ainsi que ses « producteurs », de tout ce qui fait sa proximité historique avec l'homme. Enfin, sa place dans la société peut en faire un objet d'étude dans ses relations avec l'homme, et bénéficier des derniers développements techniques des ressources de la communication électronique.
- 7 Qu'il s'agisse de représenter l'évolution des espèces à travers le temps, et la place de l'Homme dans la nature, de symboliser l'influence de la publicité sur les individus, de jouer sur la capacité de communiquer « à l'abri du langage », l'animal vient à la rescousse.
- 8 Ce n'est d'ailleurs pas pour rien que l'on s'interroge, comme Florence Gaunet, sur le potentiel d'amélioration thérapeutique de certains animaux, notamment les dauphins, dans le cas d'adultes ou d'enfants présentant des troubles de communication, comme l'autisme. Le partage de certains mécanismes biologiques, ce « tronc commun » entre mammifères, s'assortissant d'une absence de danger provenant justement de l'absence de la parole, pourraient expliquer les bienfaits constatés au contact des dauphins. Il y a là tout un champ de recherches à creuser.
- 9 Pour évaluer l'impact de la publicité, c'est encore à un modèle animal que l'on peut faire appel. La métaphore du chien de Pavlov est-elle pertinente pour interroger le conditionnement de l'*homo economicus* par les messages publicitaires ? C'est la question

que posent Didier Courbet et Marie-Pierre Fourquet dans une étude critique de la notion de conditionnement classique comme mode d'influence individuelle de la communication externe des organisations. Après une lecture psycho-socio-cognitive de la façon dont le modèle animal initial a été utilisé pour théoriser les influences publicitaires sur les consommateurs, ils abordent le phénomène sous l'angle du nouveau paradigme de la cognition sociale implicite. Le modèle du conditionnement classique est reconsidéré à la lumière du fonctionnement du parrainage télévisuel, qui met en évidence les interactions entre attitudes implicite et explicite, et permet de montrer son utilité pour les praticiens de la communication.

- 10 C'est encore au service d'une lecture de la nature, de son évolution et de la place que l'Homme y occupe que l'on mobilise cet être d'exception qu'est le Coelacanthe. Symbole de la complexité de la Nature, de la richesse d'une biodiversité menacée, de la nécessité de protéger un environnement, il est à la fois, comme nous l'expliquent C. Hénon. G. David et R. Plante, objet d'actes de communication variés, porteur d'un fort potentiel iconique de la biodiversité et de sa nécessaire défense, porte-parole d'une fierté nationale, sinon de l'histoire des espèces vivantes. Il témoigne en outre des multiples comportements de communication de ceux qui ont à voir avec sa découverte, sa protection, son entourage, et œuvrent dans diverses.
- 11 Ce traitement particulier d'un animal rare dans ses relations avec les organisations humaines nous renvoie illico aux à d'autres contextes, tellement banalisés qu'ils en passent inaperçus, mais pourtant si présents dans nos vies quotidiennes. Là. C'est la souffrance qui marque toute situation qui oublie la réalité du potentiel de communication existant entre l'homme et ses compagnons animaux. Si ce n'est simplement la leur, qu'il faut s'aveugler pour nier, c'est également celle des éleveurs, comme nous l'explique J. Porcher, qui démontre comment industrialiser les productions animales, si cela répond à des exigences économiques, engendre des désutilités phénoménales dans d'autres domaines. Dans le réel du travail en effet, éleveurs et animaux sont engagés dans une relation de communication qui repose sur une plus ou moins grande implication affective. L'altération de la communication mais également la perte des comportements libres, pour les animaux comme pour les éleveurs, sont causes de souffrance pour les individus. Si la souffrance des animaux dans ces systèmes ne fait plus de doutes pour personne – il s'agit juste aujourd'hui d'en mesurer les limites de légitimité économique –, la souffrance des personnes est encore largement du domaine du non-dit, de la non-communication.
- 12 Enfin, l'importance de la relation de l'homme avec l'animal se traduit aussi par l'émergence et le développement de tout un secteur du réseau mondial de télécommunication. Il peut constituer un champ d'étude appréciable, comme le montre Lise Vieira. pour analyse et illustrer les potentialités d'information, les enjeux et les perspectives de ce secteur d'activité.
- 13 La notion de communication homme/animal ne renvoie pas seulement aux relations qui peuvent exister entre ces deux types d'acteurs, mais aussi à la définition, à l'explicitation, au fonctionnement de l'homme lui-même comme sujet communicant. En comprenant mieux les processus qui lui permettent l'interaction avec ces « étrangers » avec lesquels il partage sa planète, il apprend à mieux se connaître lui-même, et peut s'interroger sur le respect à apporter aux membres des sociétés humaines dans leurs organisations, notamment à la qualité des relations entre êtres humains et non-humains telle qu'elle est actuellement convoquée notamment dans les débats sur le travail et la Nature.