



## L'induction, paradigme cache de la communication ?

---



**Édition électronique**

URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/1977>

DOI : 10.4000/communicationorganisation.1977

ISSN : 1775-3546

**Éditeur**

Presses universitaires de Bordeaux

**Édition imprimée**

Date de publication : 1 novembre 1997

ISSN : 1168-5549

**Référence électronique**

« L'induction, paradigme cache de la communication ? », *Communication et organisation* [En ligne], 12 | 1997, mis en ligne le 26 mars 2012, consulté le 04 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/1977> ; DOI : 10.4000/communicationorganisation.1977

---

Ce document a été généré automatiquement le 4 mai 2019.

© Presses universitaires de Bordeaux

---

# *L'induction, paradigme cache de la communication ?*

---

- 1 Tel était le titre que nous avons donné à notre travail, et au colloque qui en fut une étape marquante mais non un point final. La problématique que nous avons formulée nous incita à étudier notre objet selon trois entrées ou plutôt selon trois axes conçus comme trois vues en coupe de cet objet, un peu comme si le mode d'observation et d'analyse ressemblait à la technique du scanner.

## **Problématique**

- 2 Au-delà d'une représentation très rationalisée sinon rationnelle de la communication, impliquant, quoi qu'on en dise, une référence restrictive au schéma émetteur-récepteur, nous tenterons par ce colloque de conceptualiser un ensemble complexe à processus multidimensionnels, interactifs, sans polarité prédictible, à l'œuvre dans la communication, que nous désignons par induction.
- 3 Des morcellements, juxtapositions, disséminations, ellipses, contagions, laissent, dans le maillage qu'ils construisent ou recomposent, se développer des espaces de liberté. Le jeu des tensions utiliserait – consciemment ou à l'insu des acteurs – cette élasticité pour générer une dynamique de déplacements.
- 4 L'appel à des discours, disciplines, outils d'analyse d'origines diverses, devrait permettre d'appréhender ces phénomènes complexes, qui peuvent être d'ordre indiciel, manifeste, latent.
- 5 Peut-on les sérier ? En s'appuyant sur les différentes disciplines qui interviennent dans le champ des sciences de l'information et de la communication, on cherchera à répondre à cette question, après avoir analysé les processus d'induction repérables dans les différents domaines de la communication.

## Approche par la Scène – Mise en scène<sup>1</sup>

- 6 L'induction n'appelle-t-elle pas une mise en scène, d'apparence métaphorique, où se développent artifices et jeux de miroir ritualisés par lesquels l'individu devient acteur se mettant en scène interactivement sous le regard des autres ? Dans quelle mesure ces rituels, les représentations des groupes sociaux et leurs codes culturels contribuent-ils à élaborer les règles de ce jeu scénique prédéterminé par le contexte communicationnel, jeu dont les enjeux et les figures ne sont jamais complètement prévisibles ?

## Approche par le Sens – Stratégies d'influence

- 7 Dans les pluralités d'intentionnalité qui peuvent prédestiner un état d'offre et de demande, s'instaure un processus dont l'agencement transite par les modalités de la mobilisation, séduction, persuasion, argumentation...
- 8 Les stratégies inductives (faire-faire, faire-savoir, faire-croire) à des fins d'adhésion des acteurs aux objectifs de l'organisation, empruntent des formes du récit (mythe, épopée).
- 9 Or, ces stratégies n'entrent-elles pas en conflit avec des stratégies décalées, sous-jacentes ?

## Approche par le sujet

- 10 Il est banal de caractériser l'homme comme le représentant du règne animal disposant des possibilités de communication les plus élaborées.
- 11 Or, tant à son insu qu'en toute connaissance de cause, l'homme se trouve pris dans un processus d'induction qui le place dans un double statut d'objet de l'autre et de sujet capable d'avoir prise sur autrui.
- 12 Aborder l'induction par le biais du sujet, c'est prendre en compte la singularité de chacun : ses affects, dans leur relation à la corporéité (sensorialité, sensualité), ses liens avec le corps social, les positions qu'il y occupe, son histoire, sa culture, ses représentations mentales. Ainsi que la combinaison de ces éléments dans sa rigidité ou ses fluctuations.
- 13 De manière générale, la singularité du sujet n'est-elle pas fonction de ses capacités personnelles, mises en jeu et mesurées à l'instant où s'exerce l'induction ?

---

## NOTES

1. Si élaborée soit-elle, une organisation n'est pas à l'abri des impondérables. Il nous fallut modifier l'ordre de traitement des axes et intervertir l'approche par le sujet et l'approche par la scène. L'ordre que nous indiquons ici est celui qui prévalut lors du colloque.