

## A nouveau dans les mots

**Quoi de neuf sur les mots ? Rien, si ce n'est que... Pour tous ceux qui travaillent dans le domaine social, ils sont envisagés dans un sens très large comme des outils de travail. Alors, un peu comme les menuisiers qui aiguisent régulièrement leurs couteaux à bois et leur scies, qui de temps en temps, rachètent un nouveau rabot, ou finissent par jeter le manche trop rafistolé d'un vieux marteau, il nous semble utile de revenir un peu sur les mots. Sur les mots en général, mais plus particulièrement des mots peu singuliers: les concepts, parce que ce sont ceux qui nous servent dans notre travail.**

**Mais, je me trompe peut-être... Il y a quelque chose de nouveau: cette mode bavarde: tout rabattre sur la communication, s'est installée dans la durée. Elle continue à jacasser bruyamment, laissant le champ ouvert aux techniciens du management pour prendre les décisions.**

Guillermo KOZLOWSKI avec la participation de Marie-Ange HOTTELET

### Introduction

Il y a, en effet, un certain malentendu avec les mots. Depuis quelque temps, on nous explique qu'ils servent juste à nommer les choses. Alors, leur principal critère d'éligibilité serait qu'ils « sonnent bien », qu'ils « passent bien auprès du public »... Trouver les beaux mots, c'est même devenu un métier : « communicant ». À la fois admirés, craints et décriés, un peu comme les alchimistes du Moyen âge qu'on croyait capables de transformer le plomb en or à l'aide d'un pacte avec le Malin, accusés sans cesse d'utiliser « on ne sait quel » pouvoir diabolique dont chacun craint les effets manipulateurs, les communicants sont tour à tour honnis et courtisés. En effet, nos concitoyens : hommes d'affaires, politiques, syndicalistes, religieux ou encore sportifs les utilisent pour transformer les paroles en argent.

Il y a trente ans, c'était pris comme une sorte de blague. Mais, aujourd'hui, remplacer le mot « éboueur » par « technicien de surface » ou « vieux » par « personne du troisième âge » s'est généralisé. Ainsi, depuis quelques années, dans les pays démocratiques, les gouvernements ne font plus de choix politiques avec lesquels nous pourrions être en désaccord : ils sont victimes d'erreurs de communication.

D'une manière schématique, nous pouvons comprendre cette communication comme fonctionnant à deux niveaux. Elle agit donc « positivement », - positive dans le sens où elle affirme quelque chose, non pas dans le sens d'action bénéfique - : elle impose une manière de présenter les choses. Et, en même temps, « négativement » dans une sorte de dévalorisation relativiste du langage et de la pensée en général.

# La communication.

## 1<sup>er</sup> niveau : l'art de la manière

Ce niveau est très bien décrit par Norman Baillargeon « La plupart des gens ont une conception bien naïve du langage selon laquelle les mots désigneraient des objets du monde, objets que l'on pourrait autrement pointer du doigt. Une minute de réflexion montrera que rien n'est aussi simple. Les mots réifient, transmettent des émotions et des jugements et ainsi de suite. Les linguistes disent que non seulement ils dénotent, mais aussi connotent. Il est crucial de le savoir. On peut ainsi glorifier ou dénigrer ce dont on parle par le seul choix des mots. En fait, il arrive que ce qu'un mot connote soit dans une substantielle mesure sinon le contraire, du moins bien autre chose que ce qu'il évoque à première vue ; ce mot a d'ailleurs pu être soigneusement choisi pour cela. Prenez par exemple l'expression : "pertes collatérales": avouez que ça a tout de même une autre gueule qu'assassinat de civils ! »<sup>1</sup>.

Il y a une manière de présenter les choses qui n'est pas équivalente, les images renvoient à des univers très différents. Pertes collatérales renvoient à un univers médical, contrôlé, dont l'objectif est le bien commun. Des guerres faites à coups « frappes chirurgicales » réalisés par des « munitions intelligentes ».

Cette intrusion du lexique médical n'est qu'un exemple parmi tant d'autres mécanismes de la communication. Baillargeon détaille une longue liste de procédés, plus ou moins volontaires, couramment utilisés dans les médias, mais aussi dans les interventions publiques, les réunions de travail ou les meetings politiques, pour présenter les choses d'un certain point de vue.

Se prémunir contre la communication devient une nécessité. N'importe quel enfant sait qu'il y a des manières différentes de présenter les choses lorsqu'il demande un bonbon. Il y a aussi un savoir populaire qui pendant longtemps rendait les pauvres méfiants envers le « beau parler des beaux messieurs ». Mais d'une part, cette salutaire tradition s'est un peu perdue et d'autre part, il ne s'agit plus de simples beaux parleurs, mais de véritables stratégies de communication.

## 2<sup>e</sup> niveau : le relativisme

Dans la communication, les mots ne sont qu'une technique pour nommer les choses. Le seul critère est de nommer de manière agréable ce que nous voulons rendre positif et désagréable ce que nous jugeons négatif. Donc, il semblerait qu'on accorde plus d'importance aux choses qu'aux mots.

En même temps, la communication prétend qu'on ne peut connaître les choses que d'après la manière dont on les présente. Donc, on ne valorise pas les choses non plus, au contraire les choses nous sont inaccessibles. Et les événements peuvent être interprétés de n'importe quelle manière.

Le sketch de Frank Lepage sur l'utilisation des concepts lors de colloques illustre très bien ce propos<sup>2</sup>.

Dans cet idéal de communication parfaite, ce qui disparaît, c'est le sens. Pour qu'un

---

1 BAILLARGEON, Norman. « Le petit cours d'autodéfense intellectuelle », disponible sur internet.

2 Il serait beaucoup plus riche et plus drôle de regarder ce court sketch (5 minutes), on peut le trouver à l'adresse suivante : [http://www.dailymotion.com/video/x9wwg5\\_franck-lepage-langue-de-bois\\_fun](http://www.dailymotion.com/video/x9wwg5_franck-lepage-langue-de-bois_fun).

message soit parfaitement transmis d'un émetteur à un récepteur, il faut que le récepteur le connaisse déjà, que le récepteur puisse complètement le décoder. Mais aussi qu'il ne doit y avoir aucune interférence, aucun brouillage : rien de neuf, rien que le récepteur ou le contexte puisse ajouter au message. Le récepteur doit rester totalement passif, il faut que « ça rentre tout seul »...

L'enjeu essentiel du communicateur ne réside ni dans le vrai, ni dans le sens de ce qu'il présente. Sa question est : « comment associer ce qu'il veut présenter à des éléments, des idées, des images, des valeurs connotées positivement ou négativement chez son interlocuteur ? » Montrer une voiture, mais faire penser à une jeune fille désirable. Imposer une recherche de travail – dont on sait qu'elle n'a aucune chance d'aboutir – à un chômeur, mais lui faire penser à un contrat. La communication peut être assez grossière parce qu'au fond, elle ne craint pas d'être critiquée. Elle peut tout à fait « avouer » la supercherie. Il peut tout à fait confier qu'en effet, « c'est une manière sélective de présenter les choses », sans être le moins du monde invalidée. Au contraire, affirmer qu'au fond, rien n'a du sens, fait partie de sa force. Car, si tout se vaut... alors il n'y a que la communication qui compte.

### L'art et la manière du relativisme

Ces deux niveaux sont tout à fait complémentaires. Ce qui est avancé « positivement » dans le premier niveau ne peut être réellement contesté. La communication possède une réponse immédiate à toute contestation: vous êtes en train de vous couper des cheveux en quatre, tout cela n'a pas de sens. Pourquoi perdre du temps à réfléchir, il est urgent d'agir ! Urgence à souligner par le bon trémolo, par un ton emprunt d'une juste gravité, etc. Ce discours est d'autant plus rentable que ceux qui agissent et dépensent leur temps et leurs budgets ... dans la communication.

Si ces deux niveaux sont complémentaires, c'est qu'ils partagent un soubassement commun, un pouvoir technicien. La communication dans son aspect « positif » est une technique. La communication dans son aspect « négatif » garantit aussi le pouvoir aux techniciens, à ceux qui agissent sans se demander le comment? ni pourquoi?

Prenons l'exemple de la communication sur le chômage : les débats glissent à l'envi sur la fraude sociale, sur la dette qui nous fait vivre au-dessus de nos moyens, sur la compétitivité, etc. Mais pour peu que nous en contestions un élément, on nous explique gentiment qu'il faut arrêter de perdre son temps à agir, se dépêcher de mettre les gens au travail. Et pour cela, il y a toutes les procédures : d'activation, de contrôle, d'austérité, qui ont été décidées... par des techniciens compétents.

Certes, nous pouvons nous méfier un peu plus de la manière de présenter les choses, c'est-à-dire des mots qu'on utilise. On peut aussi tenter de se référer plus aux expériences, mais cet apport n'est pas non plus une solution miracle.

Un dernier élément du problème, nous-mêmes, on cherche souvent à communiquer, or pour retrouver le sens, il faudrait laisser une place pour « ne pas comprendre », se laisser un temps, travailler les questions, ne pas chercher à s'en débarrasser, accepter de ne pas convaincre. Tout comprendre est un impératif de la communication. Or, ce qui est nouveau, ce qui est complexe, ce qui est incertain ne peut être appréhendé immédiatement ; sans que cela doive nous paralyser.

La solution est peut-être de s'occuper des mots non pas par rapport aux opinions, mais

par rapport aux actions qu'ils rendent possible. Non pas convaincre les gens que tels ou telle idée est vraie, mais travailler des concepts qui permettent une prise sur certaines problématiques, une action concrète. Par exemple ; non pas convaincre les gens que la misère est une triste réalité, de toute manière, tout le monde est convaincu mais tout le monde est aussi assez impuissant. Par contre, penser le travail social à partir du concept de « précarité », permet de développer, d'imaginer des actions, de modifier ou d'abandonner d'autres<sup>3</sup>.

## Les concepts

Il ne s'agit plus des mots comme manière de décrire une réalité, mais des concepts,<sup>4</sup> comme manière d'habiter le monde.

Le concept est une certaine manière de découper la réalité, par exemple il n'est pas équivalent de dire d'un pays qu'il est composé d'individus ou de familles, de clans, ou encore de classes sociales. Le découpage permet d'appréhender diversement les événements et donc impliquent une manière différente d'agir dans le monde.

**« Le concept n'est pas objet, mais territoire. <sup>5</sup> »**

Si le concept n'est pas objet, c'est parce qu'il n'est ni une manière de décrire les choses, ni une manière de les présenter. Le concept n'est pas quelque chose d'extérieur. Le territoire n'est pas un simple terrain, un espace géographique, un point sur une carte. C'est un terrain sur lequel nous agissons, c'est un terrain que nous habitons.

La question du concept est, dès départ, celle de l'action. Il est issu de notre action en même temps que notre action dépend des concepts avec lesquels on la pense.

Notre action rend possibles certains concepts, mais eux-mêmes découpent le territoire et le rendent propice à une certaine manière d'être au monde. Prenons comme exemple un champ situé au bord de mer.

— Pour un agriculteur, il est pensable en termes de fertilité du sol, d'acidité du terrain, d'ensoleillement, d'humidité, etc.

— Pour un pêcheur, il est pensable en termes de coefficient des marées, de forces de vent, de température de l'eau, de richesse piscicole à proximité, etc.

— Pour un agent immobilier, il est pensable en termes de possibilité de bâtir, de marché immobilier, etc.

Les événements qui peuvent avoir lieu seront compris tout autrement par chacun des personnages.

Même lorsque certains éléments sont communs, par exemple, l'*ensoleillement* intéresse aussi bien l'agriculteur que l'agent immobilier, ce n'est pas dans le même sens. Pour un

---

3 Nous avons développé le travail autour de concept dans plusieurs de nos analyses. Voir notamment « qu'avons-nous appris en utilisant le concept de précarité » : <http://ep.cfsasbl.be/spip.php?article112&lang=fr>. Édité aussi dans les cahiers du fil rouge n°16-17.

4 Les communicants ont tout pris, même le concept, aujourd'hui le terme est accolé à tout gadget marketing. Le summum du concept se place quelque part entre l'ergonomie d'un téléphone portable et ce que mesure l'audimat d'une émission télévisée. Au même temps, tant mieux qu'ils fassent une utilisation aussi minable de « concept », du coup, pas besoin de ligne de démarcation ! Elles sont claires.

5 GUATTARI, Felix ; DELEUZE, Gilles. *Qu'est-ce que la philosophie ?*, éditions de minuit, 1991, p. 97.

agriculteur, l'ensoleillement dirige la nature, la période des semis, la nécessité d'une irrigation artificielle... Pour un agent immobilier, le plus important est d'avoir un été sans pluie.

Bref, l'exemple est un peu simplet, mais la question est bien celle-ci: le terrain est le même, mais pas le territoire. Le type de carte avec lequel on se repère n'est pas le même, les acteurs non plus. Les temporalités ne sont pas les mêmes et surtout le type d'action possible n'est pas la même.

Les concepts ne constituent pas le terrain et c'est en ce sens qu'il n'est pas un objet. C'est aussi en ce sens que les concepts ne sont pas relativistes. Remplacer « consommateur » par consom'acteur ne suffit pas à transformer l'achat de carottes en un acte révolutionnaire. Les concepts ne sont pas tout-puissants. Certes il n'y a pas de concepts faux, mais il y a des concepts ridicules, tellement étroits, tellement partiels qu'ils ne permettent aucune action.

## **Conclusion : les concepts dans notre travail**

Même si les concepts ne déterminent pas notre travail, ils guident, ils sélectionnent le valorisable du négligeable de nos pratiques.

Le travail social est de plus en plus présenté comme un terrain commun, mais territoire de personne : entreprises, État fédéral, Europe, associations d'insertion, associations d'éducation populaire, d'alphabétisation, partis politiques, chercheurs, etc. Tout le monde devrait prendre les mêmes concepts : insertion, compétences, autonomie, compétitivité.

Cette évolution amène l'ensemble du travail social à adopter une démarche techno-économique dont on avait parlé dans la première partie de ce texte. Cette idée que le domaine techno-économique est efficace parce qu'il peut s'occuper de tous les domaines à la fois. Cette démarche, en effet, on la retrouve aussi bien dans l'éducation que dans la santé, dans la formation ou dans le travail. Mais si elle colonise toutes les formes d'action ce n'est pas parce qu'elle est plus universelle, mais parce qu'elle est plus abstraite.

La nécessité aujourd'hui de faire un travail critique sur les concepts qu'on utilise, de les territorialiser, comprendre ce qu'impliquent les concepts, comment ils se lient entre eux. Et peut-être ne plus considérer comme valables ceux qui ne font pas partie de notre territoire ; autonomie, allochtone, cohésion sociale...

Nous pouvons encore nous demander si, par exemple, nous n'aurions pas un autre territoire ; fait de savoirs assujettis, de puissance d'agir, de conflits, etc. Peut-être y a-t-il un grand nombre de territoires différents, qui se superposent, qui ont des éléments communs, qui peuvent rentrer en conflit. C'est peut-être cela la richesse d'une société. Mais, il ne faut pas oublier que les concepts sont liés aux pratiques. Si nous les utilisons comme une autre manière de nommer les choses, alors le résultat ne changera pas.