

Mihaela BRATOSIN TUDOR, Ștefan BRATOSIN  
Université Paul Valéry de Montpellier 3 (France)

## **La métaphorisation pour comprendre la communication : au-delà du concept vers une épistémologie des SIC**

**Abstract:** Significantly changing the angle of view towards the philosophical discourse on the metaphor, we propose in this paper the inclusion of the metaphor in the field of information and communication sciences as an approach to questioning and opening a new way for understanding the role of the metaphorical mediations in real communication situations, in different discursive areas, whether in the field of political communication, branding, advertising, public or organizational communication.

**Keywords:** epistemology, metaphor, mediation, discourse

Quel est l'objet des Sciences de l'information et de la communication ? Quelles sont les démarches méthodologiques spécifiques à ce domaine de recherche ? Quelles sont ses approches distinctives ? Quels sont ses propres ancrages théoriques et conceptuels ? Quelles sont ses compétences ? Quelle est la rigueur cartésienne à l'œuvre dans ce domaine ? Quelles sont ses limites ? Ces questions nous ont préoccupés tout au long de nos recherches menées depuis plus d'une décennie dans le domaine des Sciences de l'information et de la communication. Ces questions nous préoccupent encore et resteront parmi nos préoccupations majeures, car il est difficile de donner une réponse univoque et non-contestable surtout par ceux qui se réclament du domaine des Sciences de l'information et de la communication, mais qui, naturellement, de par leur biographie intellectuelle et leurs « parcours individuels », comme le remarquait Jean-Michel Utard à juste titre, sont et restent tributaires soit d'une façon inter-, soit pluri-, soit hyper-disciplinaire à leurs référents théoriques et méthodologiques d'origine (Utard 2002, 475).

Même si, apparemment, la perspective que nous proposons est non seulement « non dogmatique », mais susceptible d'être située entre juxtaposition et/ou croisement disciplinaire, ce n'est pas dans cette optique que nous l'avons abordée. Il est à noter que l'enjeu de notre proposition est un enjeu épistémologique qui s'apparente à celui de Yves

Winkin (Winkin 2001) qui apporte sa contribution majeure à l'anthropologie de la communication en s'appuyant sur le postulat que, finalement, ce n'est pas le spécifique de la communication d'être appréhendée en tant qu'objet, mais en tant que cadre primaire d'analyse (Goffman 1991). Plus exactement, nous postulons que l'analyse de la communication du point de vue épistémologique devrait s'intéresser fondamentalement à ce qui se trouve au cœur des processus socioculturels ainsi que des intentions et actions humaines.

Dans cette perspective, notre propos qui s'inscrit par sa problématique dans le domaine des Sciences de l'information et de la communication est tributaire de la longue série d'incertitudes, toujours actuelles, à l'égard de la nature, le rôle et l'importance de la métaphore dans les textes des sciences humaines et sociales. Plus précisément, le moment zéro de la problématisation est né à l'égard de l'expressivité métaphorique manifeste, souvent pleine d'esthétisme, de certains textes philosophiques qui prétendaient être, tant par l'intention explicite des auteurs que par la densité conceptuelle d'une écriture éminemment désintéressée de tout ce qui pourrait conduire ou suggérer un lien avec la zone de l'esthétique. Cette observation nous conduit à formuler une série d'interrogations dont les éléments de réponse apportés ici reposent originellement sur l'hypothèse que la compréhension et la description des problèmes de la communication dans la société contemporaine exigent l'identification et l'analyse des typologies métaphoriques « encapsulées » dans les processus socioculturels mêmes. Par conséquent, puisque nous pouvons trouver chez des penseurs comme Emmanuel Kant et Georg Wilhelm Friedrich Hegel des métaphorisations cachées dans la texture conceptuelle de leurs ouvrages théoriques, il ne nous semble ni sans intérêt disciplinaire ni illégitime d'aborder le discours/les textes « essentiels » (corpus constitué des avant-coureurs, des fondateurs sur lesquels la communication s'est appuyée pour grandir, pour « venir à la raison »<sup>1</sup>) du domaine des Sciences de l'information et de la communication en considérant les processus de métaphorisation. Cela dit, nous postulons ici que les théories et les approches qui tentent de structurer et d'organiser le vaste domaine des Sciences de l'information et de la communication ont des sources souterraines profondes dans les idées et les débats philosophiques qui ont animé la pensée européenne depuis le 18<sup>e</sup> siècle et que ces récurrences justifient d'autres

---

<sup>1</sup> D'après Daniel Bounoux à la recherche des sciences la communication et de l'information à travers son extraordinaire travail qui nous a été restitué sous la forme des textes essentiels « Sciences de l'information et de la communication » (1993, 5).

ressemblances (voir, par exemple, Bratosin 2001, 2004, 2007). « Car raison et communication paraissent intimement liées. C'est pourquoi le commerce des SIC avec la philosophie n'a rien d'anachronique, et court dans les deux sens » (Bougnoux 1993).

Pour mieux clarifier cette position, il est nécessaire de revenir à l'incertitude initiale apparue lorsqu'on a surpris, dans un effort autoréflexif, la nécessité de l'intuition schématique dans le processus même de la lecture des textes tels que *La critique de la raison pure* ou de la visualisation de la dimension processuelle historique et mondaine de l'Esprit dans *La Phénoménologie* hégélienne. Il s'agit d'un processus mental par lequel on élabore « des charpentes » intuitives dans un besoin aigu de soutenir les murailles dures et épaisses du texte conceptuel. Celui qui a parcouru les trajets conceptuels des textes de la *philosophie de système* a fait l'expérience de ces fantasmes géométriques qui se modulent de manière diachronique dans l'imagination, évoluant tout au long de la lecture dans des distorsions animées, qui s'esquissent par la suite soit dans des cartes conceptuelles, avec des territoires partagés de manière fidèle entre les concepts clés qui se trouvent en conflit ou en harmonie, soit dans une architecture des termes, avec des piliers, des niches, des arcs de voûte, semblables aux cathédrales qui se construisent avec des mots, sous le regard même d'un esprit souvent impuissant. Il y a, dans tout cet effort de mise en fiction, une tentative du lecteur de créer « une image », « un processus » de la raison, « un chemin » de l'Esprit absolu, « un cadre » des formes *a priori* de la sensibilité, une recherche continue d'incarner dans une intuition faible cette sémantique excessivement distillée des textes conceptuels. Nous avons remarqué par la suite que les auteurs mêmes procédaient d'une manière similaire lorsqu'ils parlaient de leurs propres entreprises philosophiques dans les termes d'une architecture ou d'une géographie spirituelle. Il y avait dans ces exemples et illustrations non seulement une tentative d'aider le lecteur, mais aussi une tentative de réaliser une esquisse originaire de la pensée, l'intuition même de leur projet conceptuel.

Le thème portant sur la métaphorisation associée à des auteurs que nous avons nommé *des conceptualistes durs* (Kant ou Hegel) sera repris dans la seconde section de la première partie ; ici nous nous contentons d'invoquer, à titre illustratif, l'exemple célèbre employé par Kant dans les *Prolégomènes*, où il s'associait à un entrepreneur naval qui s'était proposé de trouver un bon timonier au « navire de sa raison », « ayant à portée de la main un compas et une carte complète des mers pour qu'il puisse le conduire à bon rive n'importe où, en employant les principes sûrs de l'art

de la navigation déduite de la connaissance du globe terrestre » (Kant 1987, 53). Dans le même passage, Kant avouait qu'il s'était proposé cet objectif optimiste à la différence de David Hume, qui a préféré conduire son navire « au bord du scepticisme, où il était censé pourrir » (Kant 1987, 53). En outre, à travers une minutieuse réflexion sémantique, nous avons découvert que, d'une part, le texte même avait une armature métaphorique cachée et que, d'autre part, même ses briques conceptuelles étaient réductibles, tout comme les briques réelles, à un mélange de terre, eau et feu.

Le trajet théorique qui est parti de l'incertitude de la présence d'une métaphorisation explicite dans les textes auto-définis comme conceptuels nous a déterminé d'avancer, graduellement, par le biais des penseurs tels Martin Heidegger, Hans-Georg Gadamer, Jacques Derrida, Umberto Eco ou Paul Ricœur vers une perspective plutôt phénoménologique et sémiotique, rapportées de manière continue à un substrat herméneutique plus complexe, postkantien par excellence. Il faut avouer qu'un repère important du réveil de « notre sommeil dogmatique » a été l'ouvrage de Paul Ricœur, *La métaphore vive*, dont la perspective unificatrice, qui essayait d'harmoniser les positions herméneutiques et sémiotiques, assumant en même temps un corpus théorique pragmatiste et fonctionnaliste d'origine anglo-saxonne, nous a aidé à étayer notre démarche (Ricœur 1984). En même temps, les retours de maturité d'Umberto Eco au processus sémiotique dans *Les limites de l'interprétation* ont renforcé et structuré cette approche (Eco 1996). En outre, la conception de Peter Frederick Strawson portant sur la référence, qui affirme explicitement que « se référer » n'est pas quelque chose fait par une expression ou un mot (qu'il soit un concept dur), mais quelque chose fait par « quelqu'un » qui emploie l'expression ou le mot en question (Strawson 1950) nous a renforcé la conviction que, lorsqu'on parle de métaphore, il faut parler en fait de la métaphorisation comme d'une action de quelqu'un qui la fait dans un certain but. De même, l'approche constructiviste de George Lakoff et Mark Johnson, devenue, dans un certain sens, classique dans l'espace de la sémiotique anglo-saxonne, nous a confirmé l'hypothèse que – afin de comprendre la manière dont la métaphore fonctionne – il faut l'étudier dans son milieu, dans le processus même de la communication quotidienne (Lakoff et Johnson 2003).

Nos intérêts de recherche liés à la métaphorisation se sont croisés profondément avec ceux du domaine des Sciences de l'information et de la communication et, de manière implicite, avec une certaine vision plus ample de la recherche de la *quotidienneté* comme point d'origine de

l'intérêt actuel pour tout ce qu'on peut assimiler aujourd'hui, en grandes lignes, au concept de *communication*. Lorsque nous parlons de quotidienneté en tant qu'impulsion originaire pour la communication, nous faisons référence à l'un des aspects les plus importants et profonds du début de la modification « du conglomérat hérité » (Dodds 1983, 206-264) au 20<sup>e</sup> siècle. Ce changement profond de *Weltanschauung* a produit un changement de perspective : de l'historicité des durées longues vers la quotidienneté des situations historiques, de la personnalité historique vers le héros quotidien, d'une histoire magnifique, politique et religieuse et strictement partagée en étapes, vers une histoire courte et fluide. Structurellement, l'école d'histoire de Fernand Braudel, la phénoménologie herméneutique de Heidegger, les préoccupations d'Henri Bergson liées à la temporalité de la conscience, celles de Wilhelm Dilthey liées à la compréhension « emphatique » font partie de la même famille d'intérêts.

Progressivement, l'intérêt pour la « quotidienneté » et le « contexte » a commencé à s'imposer dans les « sciences de l'esprit », à la défaveur de celui pour l'« historicisme » et l'« universalisation ». Cette fébrilité pour la récupération d'une humanité vivante et manifeste a polarisé, à partir des années '50, l'intérêt des différentes orientations philosophiques, sociologiques ou idéologiques sur lesquelles nous n'insisterons pas, mais dans lesquelles on peut identifier l'existentialisme de Jean Paul Sartre, la *Critique de la vie quotidienne* de Henri Lefebvre (Lefebvre 1961), la diversité des approches issues de l'Ecole de Frankfort, par Theodor W. Adorno, Herbert Marcuse ou Jürgen Habermas, à qui s'ajoute, de toute manière provisoirement, l'effort stylisé de Jean Baudrillard d'identifier les structures et les catégories du consumérisme. Nous pouvons affirmer que dans chaque fragment de cette pulvérisation immense de ressources intellectuelles de l'Europe de la seconde moitié du 20<sup>e</sup> siècle il est possible d'identifier la substance première de l'intérêt pour la quotidienneté de l'homme concret, de l'homme *vivant, communicant et producteur* de la réalité contextuelle de son temps. Aujourd'hui, plus que jamais, ce changement de perspective par rapport au « conglomérat hérité » est devenu une évidence pour la recherche. On ne se rapporte plus aux ancêtres comme les hommes de la Renaissance à l'Antiquité ; l'appel à la modernité est devenu vague, comme une brise lointaine. On ne survole plus du regard les époques et les périodes historiques, mais on vit dans la « société occidentale » comme dans une monade de la quotidienneté faible qui a remplacé, d'« un jour à l'autre », de manière presque irréversible, l'ample historicité traduite par le passage d'« une époque à l'autre ».

Notre démarche se situe dans ce paysage divers comme une tentative d'ouvrir une perspective pour la compréhension du rôle de la métaphore dans la vie quotidienne, contextualisée où « tout communique ». C'est pour cela que nous avons évité de nous interroger, à partir d'une position conceptualiste, « qu'est-ce qu'une métaphore ? », « quels sont les critères absolus et les catégories qui nous permettent de faire une taxonomie exclusive de la métaphore ? ». Nous avons plutôt assumé la tâche d'une analyse, disons phénoménologique, où l'enjeu est beaucoup plus concret. Autrement dit, nous avons commencé à nous interroger sur les aspects suivants : dans quel but sont utilisées les métaphores, où se trouvent et comment apparaissent-elles, qui les produit, qui les utilise par la suite et pourquoi ? Il y a dans cette approche, comme le dit Eco, une intention explicite de remettre en scène le sens commun : « pour comprendre comment le sens commun fonctionne-t-il, rien n'est meilleur que de s'imaginer *des histoires* où le monde se comporte conformément au sens commun. On découvre ainsi que la normalité est surprenante en tant que narration » (Eco 2002, 14). Cette remarque d'Eco renvoie, tout comme dans notre approche des métaphores, à la méthode wittgensteinienne de la deuxième période de sa pensée, méthode qui ne faisait que poser des problèmes théoriques à partir des situations réelles de communication. Pour paraphraser, si pour Wittgenstein « le but de la philosophie est d'aider la mouche à s'échapper de la bouteille » (Wittgenstein 2005, 12), pour les sciences de la communication le but est « d'aider le sens à s'échapper de la bouteille ».

De toute manière, la façon dont toutes ces perspectives se sont harmonisées et complétées réciproquement nous a ouvert une nouvelle direction de compréhension et de recherche de la métaphorisation, une direction que nous considérons capable d'offrir des valences théoriques et un potentiel explicatif et applicatif inédit et novateur dans et pour les Sciences de l'information et de la communication.

Passons, donc, à l'esquisse du cadre problématique, aux interrogations principales en fonction desquelles nous avons formulé les hypothèses de travail, les articulations de l'ouvrage, les étapes de l'argumentation et les niveaux d'analyse.

*La démarche problématique* porte sur les interrogations essentielles suivantes : quel est le rôle de la métaphore dans la connaissance, dans la mise en parole d'un monde et son institution, d'une part, et, d'autre part, comment les théories des Sciences de l'information et de la communication se servent-elles des métaphores/médiations métaphoriques afin d'expliquer et de décrire le phénomène de la communication ?

Pour parvenir à répondre à ces interrogations, nous devons considérer plusieurs directions : a) l'analyse critique de la métaphore chez Aristote et de son destin post-aristotélicien ; b) la construction méthodologique de la médiation métaphorique ; c) l'analyse des médiations métaphoriques sous-jacentes au discours philosophique ; d) les médiations métaphoriques comme couche d'explication, de description et de cognition dans les Sciences de l'information et de la communication, une critique fondée sur un corpus des théories classiques de la communication, choisies principalement à partir de deux métaphorisations « institutionnalisées ».

Dans une logique naturelle de toute approche de la métaphore, notre démarche part d'Aristote et de sa tentative de définir, dans ses deux traités, *La Rhétorique* et *La Poétique*, la métaphore comme « *épiphere* » du nom. Fermée dès le début dans le périmètre strict d'un procédé stylistique, propre exclusivement aux poètes, aux tragédiens et aux rhéteurs, la métaphore est un « transfert à une chose d'un nom qui désigne une autre chose » (*La Poétique* 1457 b, 6-9). Pourtant on pose la question sur cette double appartenance de la métaphore à ces deux traités. La réponse tient, comme chaque fois, de la taxonomie aristotélicienne, de sa manière bien ordonnée de diviser les sciences et les domaines en fonction d'une grille de critères appliqués simultanément. Il considère qu'on ne peut parler de la métaphore que dans des termes de *onoma*, c'est-à-dire des mots comme parties de la *lexis*, et non pas dans des termes de *skhemata*, comme forme d'élocution (la prière, la narration ou la menace) dont il s'occupera dans la *Rhétorique*. La métaphore est située dans le point de convergence entre l'art de la versification, respectivement de la composition des tragédies et des techniques de la persuasion, c'est-à-dire dans la condition de sa compréhension et exclusivement dans les termes d'un « mélange de mots » à valeur esthétique ou tout simplement comme ornement de la prise de parole. Quant à son rôle dans la connaissance, on ne peut même en parler. A cause de cette situation initiale, comme l'observait Ricœur, « le destin de la métaphore fut décidé pour beaucoup de siècles à venir » (Ricœur 1984, 28). Par ailleurs, Aristote réservait à l'apodictique (*apodeixis*) le rôle le plus important dans la connaissance des principes premiers, en réalité toujours une forme de dialectique héritée de Platon, par le raffinement de la méthode plus ancienne de Zénon modifiée par les sophistes (Peters 1993, 60-63). Après Aristote, la métaphore a continué son chemin mineur de telle manière qu'elle arrive à entrer dans la modernité européenne par la porte arrière des traités sur les tropes (Fontanier 1977 ; Du Marsais 1998), dans la même double

détermination aristotélicienne, comme *épiphore* du nom et comme élément de style en poésie et en prosodie. Ce double sens de la métaphore a été actif pour plus de deux millénaires dans les sciences du langage. Mais le sens de la métaphore « comme transfert du nom » a rendu possible sa remise en question par les sciences modernes du langage. L'autre sens, qu'on peut appeler « le sens esthétique » est resté cependant dans la zone du sous-entendu jamais mis en discussion. Surprendre et mettre en question cette présupposition esthétique nous a permis de poser le problème de la métaphore dans un cadre plus large de compréhension, cadre qui nous a ouvert la perspective d'une liaison étroite entre la métaphorisation et les théories des Sciences de l'information et de la communication.

En fait, de quoi parle-t-on quand on se réfère à la présupposition esthétique de la compréhension de la métaphore et de l'ouverture, par l'intermédiaire de sa compréhension, d'une nouvelle perspective dans les Sciences de l'information et de la communication ? Si l'on met entre parenthèses l'histoire des approches et des théorisations sur la métaphore, la question « en quelle mesure le rôle prééminent de la métaphore dans l'usage de la parole est esthétique ? » devient légitime. Cette question peut nous conduire, d'une manière raisonnable, à l'hypothèse que les approches de la métaphore reposent sur deux présuppositions : 1) la métaphore est liée strictement à un discours poétique ou rhétorique ; 2) la métaphore est un procédé stylistique et non pas une méthode ou une stratégie de langage dont le but est de résoudre un problème pragmatique lié à la référence. Autrement dit, le problème de la métaphore a été posé à travers la précompréhension de type esthétique sans remarquer que, dans la réalité de l'usage linguistique, la métaphore est un produit de la métaphorisation, comme stratégie de communication. Plus précisément, la métaphore est un « artefact » d'ordre linguistique produit/construit d'un locuteur dans un but éminemment pragmatique et communicationnel et non pas esthétique. La métaphore est un outil linguistique inventé et ensuite employé dans un but référentiel, c'est-à-dire pour décrire et instituer un monde et pour communiquer dans ce monde.

La présupposition esthétique de l'approche de la métaphore devient extrêmement visible lorsqu'on oriente notre regard vers ce qu'Aristote appelait « l'usage de la parole ». Dans ce sens nous avons appelé et considéré notre démarche comme *phénoménologique*, c'est-à-dire dans le sens husserlien du retour aux choses elles-mêmes (Husserl 1992, 1976). Quelle est, donc, à l'égard de la métaphore, l'intentionnalité primaire du locuteur et où peut-on l'identifier ? Notre réponse est que l'intentionnalité

primaire du locuteur, qui peut nous fournir aussi la réponse à la question liée à la métaphore, se retrouve dans la zone de l'usage commun de la parole, telle que nous le pratiquons dans des situations réelles de communication. Si on focalise notre attention sur ces situations, on peut dire que la fonction principale de la métaphore, dans le sens phénoménologique du terme, n'est pas esthétique, mais pragmatique, ayant un rôle éminemment référentiel et communicationnel. En paraphrasant Husserl, qui soulignait le manque d'intentionnalité du *cogito* cartésien (Husserl 1996), on peut dire *qu'on ne métaphorise jamais de manière gratuite ou esthétique, mais en vue de communiquer*.

Le répertoire des situations de communication est vaste et ce n'est que dans leur paysage plurimorphe que nous avons pu observer que la métaphore apparaît et se manifeste dans un but précis et pragmatique : la fonction esthétique est une forme de manifestation de la fonction pragmatique.

La forme la plus répandue et favorite de la métaphore dans des situations de communication est la métaphore morte. Lorsqu'on dit à quelqu'un « fait attention en t'asseyant car les pieds de la chaise sont fragiles ! », on emploie la métaphore « pieds de la chaise » à laquelle on applique une nouvelle métaphorisation en parlant des pieds en termes de « fragiles » afin d'obtenir un effet de communication. Le but de l'utilisation de la métaphore dans ce cas n'est pas de produire un discours esthétique sur l'élément de la structure de la chaise à travers l'anthropomorphisation, mais de donner une indication efficace à celui qui va s'asseoir. De même, quand on parle de la partie supérieure d'une bouteille en l'appelant « le col de la bouteille », on n'a pas l'intention de produire un discours esthétique sur la bouteille, mais d'instituer de manière pragmatique un référent commun dans le processus de communication. On peut imaginer, bien sûr, par une plongée phénoménologique, la situation originaire du locuteur qui a produit la métaphore « le col de la bouteille », mais le présupposé qui l'a produite dans une situation réelle de communication, lorsqu'il avait besoin de faire référence à la partie supérieure de la bouteille, apparaît comme explicite et souligne que son intention primaire n'a pas été esthétique, mais communicationnelle et référentielle. Il devient évident que la métaphore est, dans une intentionnalité originaire, une stratégie linguistique d'instituer un monde et de communiquer dans ce monde.

L'identification de cette présupposition esthétique du discours sur la métaphore et le retour phénoménologique dans le plan réel des situations de communication représente le cadre dans lequel nous avons construit la

*médiation métaphorique*. À l'aide de ce terme nous avons tenté de décrire et d'identifier les articulations de la stratégie communicationnelle par laquelle les locuteurs/communautés de locuteurs instituent de manière permanente un monde à l'intérieur duquel ils communiquent, auquel ils se réfèrent et qu'ils changent. La médiation métaphorique apparaît ainsi comme la stratégie pragmatique par laquelle certains locuteurs « polyglottes » d'une certaine communauté, qui parlent simultanément plusieurs discours, essaient de les mettre d'accord à travers l'ouverture des liens sémantiques et référentiels. Il faut préciser ici que, lorsqu'on se réfère à une communauté de locuteurs, on ne se réfère pas à une certaine communauté de locuteurs, mais à n'importe quelle communauté, réelle ou possible, qu'elle soit ou non homologuée du point de vue sociolinguistique et communicationnel, qu'elle soit centrale ou périphérique, culturel, politique, artistique, etc. De même, quand on parle de discours on ne se réfère pas à un certain discours, mais à n'importe quel discours possible ou réel, sans tenir compte du critère taxonomique, qu'il soit un discours délimité d'une discipline académique, idiolecte, argot commercial ou langue morte.

Pourtant il ne faut pas considérer que la médiation métaphorique fonctionne seulement dans le cas des discours tel le discours scientifique, qui arrive souvent et de manière évidente, dans la situation d'une « déflation référentielle », c'est-à-dire d'un manque de *paroles* pour des réalités nouvellement découvertes. Au contraire, les communautés de locuteurs des philosophes, des sociologues ou des théoriciens des sciences de la communication arrivent aussi souvent à des situations semblables : le *Dasein* heideggérien, le *phénomène* kantien ou, pour n'en donner qu'un seul exemple, extrêmement illustratif, d'ailleurs, le *tautisme* de Sfez sont autant de situations de médiation métaphorique. Il est vrai qu'elles sont plus difficiles à observer, étant donné l'usure extrême par l'utilisation linguistique et par la multitude des collisions ultérieures avec d'autres discours. Mais une focalisation de l'attention sémantique et une « culture étymologique » bien solide pourraient montrer que non seulement des termes fondamentaux pour la culture moderne, tel *révolution* ou *utopie*, mais la grande majorité des mots employés dans l'usage commun sont des métaphores mortes. Les médiations métaphoriques considérées réussies par les communautés de locuteurs et, par conséquent, homologuées dans des situations de communication par l'usage linguistique, ont enrichi et raffiné continuellement le monde des références dans son sens le plus large (par exemple, « objet dynamique » peircien ou « objet en soi » kantien).

Par conséquent, le présent de notre parole comprend, dans l'instantanéité de toute situation de communication réelle, l'immense réseau multidimensionnel des médiations métaphoriques faites par nos ancêtres. Dans le présent vivant de toute situation de communication on retrouve l'histoire défunte de toutes les situations de communication. L'histoire en train de se faire de toutes nos « conversations », suite auxquelles est née la référence « le col de la bouteille », aussi bien que celle de « proton » ou de « tautisme » ou le terme même de « médiation métaphorique ». Le monde se transforme, en raffinant de manière continue ses référents ; on peut dire qu'il « s'institue » par chaque situation de communication. En d'autres termes, c'est la perspective la plus large que la médiation métaphorique offre aux Sciences de l'information et de la communication.

Changer la perspective, c'est-à-dire arriver au processus de la métaphorisation par le biais de la métaphore, nous a offert l'occasion, dans un premier temps, de faire l'analyse de la métaphorisation dans le discours philosophique. Cette entreprise a supposé deux aspects différents, chacun ayant son potentiel dans le sens de l'ouverture propice vers le domaine des Sciences de l'information et de la communication. Dans un deuxième temps, nous avons abordé la problématique philosophique même de la métaphore, de cet espace épais et subtil en même temps, situé au croisement des approches et des perspectives sur la langue de Heidegger et de Gadamer, mais que nous avons *isolé* et *analysé* de manière plus appliquée dans les théories sur la métaphore de Derrida et Ricœur, surtout de ce dernier, à qui notre analyse est redevable.

*La métaphore morte* et *la métaphore vive* sont, en dernière analyse, les termes d'un discours de la pensée et de la culture française qui nous a offert l'ouverture fertile et l'occasion d'esquisser plus exactement notre problématique. Nous avons pu surprendre ainsi la forme textuelle la plus élevée de l'ouvrage de Ricœur, la formulation de la présupposition esthétique dans l'impératif du passage d'une approche sémiotique à une approche herméneutique alors que l'analyse de la métaphorisation a imposé le passage de la phrase au discours. Le problème de la référence du discours s'est transformé ainsi en un lieu privilégié de la lutte pour la compréhension de la métaphorisation. Et cela parce que, comme nous allons le montrer, il n'est pas suffisant de dépasser la première présupposition aristotélicienne de la métaphore comme *épiphere* du nom, il faut dépasser aussi la deuxième, c'est-à-dire la métaphore comme apanage favori de la poésie et de la prosodie. Dans ce sens, il nous semble intéressant que, lorsqu'on fait appel au passage de la phrase au discours

dans une relation avec la métaphore, Ricœur ne procède pas pourtant à une extension de l'aire sémantique du discours pour inclure de nouveaux domaines de la métaphorisation, des domaines qu'il avait surpris antérieurement par l'intermédiaire de Max Black dans la modélisation scientifique ou dans le discours sur les arts, autres que ceux « du texte ». D'autre part, l'appel à Black est bienvenu dans ce contexte parce qu'il semble observer, avec une certaine fraîcheur du regard, en quelque sorte à rebours d'une tradition millénaire de la théorie de la métaphore comprise comme ressemblance, que la métaphore « crée » plutôt une ressemblance que de l'observer là où elle était déjà. Il y a ici une tentative d'un écart substantiel par rapport à la tradition aristotélicienne sur la métaphore où l'art de « voir les ressemblances entre les choses » est un apanage du poète. À part le fait que cette observation aurait pu suspendre tout simplement la théorie des tropes, Black fait encore une remarque très stimulante : il n'y a aucune raison qui explique pourquoi certaines métaphores sont « opérantes » et d'autres non (Black 1962). Autrement dit, pourquoi toutes les métaphorisations ne s'imposent pas dans l'usage ? La remarque de Black comporte deux aspects intéressants. Le premier aspect et le plus important est qu'il faut avoir une explication du succès d'une métaphore. La médiation métaphorique nous aide dans ce sens. Le deuxième aspect est la conscientisation du fait que les métaphores dont on parle, qu'on invoque comme exemples dans des études sur la métaphorisation, sont seulement les métaphores réussies. Les métaphores dépourvues de succès ne peuvent pas être analysées, comprises et étudiées. Le théoricien de la métaphore se confronte paradoxalement seulement aux « exemplaires » de succès d'une espèce et cette remarque de Black, filtrée par une compréhension de la médiation métaphorique, pourrait avoir des conséquences très intéressantes dans une analyse plus ample du succès des métaphores au niveau des différentes collisions discursives. Nous pensons ici à un possible champ de recherche qui identifie les métaphorisations qui ont échoué dans la tentative de construire des ponts entre les divers discours qui se trouvaient sous tension. Les situations réelles de communication au niveau macro discursif suggèrent que dans les collisions des métadiscours apparaissent beaucoup de tentatives de médiations métaphoriques, mais seulement certaines d'entre elles sont réussies, à savoir celles qui traduisent de la manière la plus efficace, dans les termes contextuels des communautés de locuteurs, les encyclopédies sémantiques des deux discours. Une analyse de la perspective de la médiation métaphorique de la communication dans les termes « des interfaces graphiques et visuelles des ordinateurs

personnels » développée suite à la révolution informatique américaine pourrait nous aider à comprendre pourquoi certaines d'entre elles ont tout simplement échoué tandis que d'autres se sont imposées et sont utilisées par une large catégorie d'utilisateurs. On est bien conscients qu'aujourd'hui la lutte sur le marché mondial se donne entre deux discours et deux cultures informatiques, Windows et Apple, discours qui intègrent, chacun, une sémantique distincte du statut social, culturel, économique, en décrivant en même temps des typologies différentes à l'univers complexe de la communication contemporaine.

Mais, à part tout cela, nous considérons que l'apport théorique le plus important de notre approche consiste à combler un manque au niveau des fondements épistémologiques des Sciences de l'information et de la communication. La diversité des approches théoriques dans le domaine polymorphe des Sciences de l'information et de la communication, approches qui se trouvent souvent dans une tension polémique explicite, notre perspective vient suggérer et stimuler une ouverture dialogique, des ponts méthodologiques mutuellement stimulateurs. Dans ce paysage encore en effervescence du point de vue épistémologique, où se manifeste une auto-suspicion des spécialistes à l'égard de la délimitation vague du domaine d'étude ou de la spécificité terminologique, notre approche se propose d'indiquer une direction d'émergence. D'une part, notre démarche se propose d'offrir une voie pour dépasser la situation relativement inconfortable du positionnement des théoriciens et des spécialistes. Etant donné la multitude des études et des ouvrages qui se réfèrent, de manière incidente ou entièrement, à la problématique de la communication, mais aussi la multitude des théoriciens provenant des domaines divers, la nécessité d'une médiation en vue de l'organisation d'un cadre commun de discussion, devient évidente. D'autre part, comme l'a souligné Bernard Miège, l'ampleur que le phénomène de la communication a connue aujourd'hui, tant par son incidence continue et intense avec le plan social, économique, politique, culturel, etc. que par le raccordement permanent et souvent très subtil à l'évolution technologique, impose un effort de lucidité particulière de la part des Sciences de l'information et de la communication, une lucidité qui devrait viser avant tout une conjugaison des intérêts discursifs des théoriciens et des experts (Miège 2000). Dans ce sens, nous considérons que la médiation métaphorique pourrait rendre compréhensible une tension discursive qu'on peut observer à ce moment entre les théoriciens du domaine des Sciences de l'information et de la communication et les praticiens de la communication, tout en offrant la possibilité d'une

médiation entre deux communautés conjuguées et divergentes à la fois. L'une des raisons de cette censure est le fait que, même si en apparence les deux communautés de locuteurs parlent la même « langue », en fait on a affaire à deux discours. Il ne s'agit pas de deux discours quelconques, mais *d'un discours et d'un métadiscours dont la référence est le premier discours*.

Il faut avouer que, dans toute cette démarche, nous avons tenté de tenir compte constamment de l'idée exprimée par Miège, celle d'une possibilité de construction théorique dans les termes d'un système compréhensif ouvert qui permette, à base d'une *méthodologie interscientifique*, une articulation de toutes les zones de recherche connexes qui « approvisionnent » avec des modèles, des hypothèses de recherche, des études et des cadres d'intelligibilité le domaine polymorphe et vaste de la communication (Miège 2000). Dans la même logique de recherche, il devient évident que l'idéal théorique et méthodologique suggéré par Miège est et doit être destiné non seulement à une superposition des intérêts de recherche, mais surtout à leur conjugaison en vue d'une compréhension plus ample de la communication en tant que phénomène qui implique l'être humain dans son sens le plus profond. Or, dans cette perspective, la compréhension de l'homme comme être discursif, *qui fait quelque chose pour quelqu'un d'autre*, en exprimant son soi dans des situations réelles de communication, est une direction qui mérite d'être développée. Une perspective théorique où les aspects de la communication humaine sont recherchés et compris surtout comme effets d'une communication technologique ne peut être qu'une approche partielle et circonstancielle de la communication humaine. L'homme s'est manifesté comme membre d'une communauté de locuteurs, il a institué des mondes et négocié avec ses mondes avant l'apparition des nouvelles technologies de la communication. Celles-ci n'ont pas changé et n'ont pas remplacé les structures préexistantes de la discursivité, mais elles les ont seulement modifiées par des médiations métaphoriques, par un discours technologique, spécifique aux nouveaux médias. Et lorsqu'on dit cela, on ne le fait pas d'une position anti-technologique, qui déplore l'explosion des nouveaux médias ou la mondialisation d'Internet, mais dans la perspective d'une ouverture théorique lucide, qui essaie avant tout d'appréhender les liaisons, les tensions et les tangences fines qui s'établissent entre les discursivités de notre quotidienneté. C'est dans ce sens que nous soutenons que l'enjeu de la médiation métaphorique dans cette « querelle des universaux » du domaine fractal de la communication

est loin d'être unificatrice de perspectives. Cette ambition serait vaine et dépourvue d'horizon cognitif pour les théoriciens. Son enjeu est de créer des ponts et des corridors entre les univers sémantiques des discours qui se trouvent aujourd'hui sous tension dans le domaine des sciences de la communication (sémiotique, linguistique, cybernétique, philosophique, sociologique etc.), afin de produire des pores référentiels par lesquels les significations communes puissent circuler de telle manière qu'à l'avenir les Sciences de l'information et de la communication puissent assurer l'accès de tous ces locuteurs à un univers sémantique homogène, tant du point de vue pratique, que du point de vue épistémologique. Dans ce sens, l'une des prémisses de cet idéal que l'hypothèse de la médiation métaphorique met entre parenthèse est liée à la tentative des théoriciens de renoncer aux positions conceptualistes fortes de leurs domaines de recherche originaires, dont ils extraient leurs présuppositions et leurs hypothèses. Une terminologie ayant un degré modéré de généralisation et qu'on peut appeler la « terminologie faible » peut conduire progressivement au désenchantement de l'illusion de taxonomie d'origine aristotélicienne et à la libération de l'obsession d'univocité dans les Sciences de l'information et de la communication. Ce n'est pas utopique d'imaginer un territoire des Sciences de l'information et de la communication comme une république de la tolérance terminologique. En vue d'une telle ouverture vers une tolérance conceptuelle, nous sommes tentés de faire une analyse à travers la grille de la médiation métaphorique des théories de certains théoriciens qui ont contribué à la délimitation du domaine des Sciences de l'information et de la communication, parmi lesquels Ferdinand de Saussure, Charles Peirce, Harold Lasswell, Claude Shannon et Warren Weaver, à qui s'ajoute Lucien Sfez, dont l'effort de compréhension du lien entre communication et métaphore a été, il faut l'avouer, l'un des ressorts de cette nouvelle orientation épistémologique. L'analyse de la métaphorisation associée, leurs exemplifications, mais aussi l'identification des points de médiation métaphorique dans leurs discours pourraient représenter, nous l'espérons, une ouverture stimulatrice et fertile pour le domaine des Sciences de l'information et de la communication.

Par conséquent, en changeant sensiblement l'angle de vue sur le discours philosophique portant sur la métaphore, nous proposons la prise en compte de la métaphorisation dans le domaine des Sciences de l'information et de la communication en tant qu'approche permettant de questionner et d'ouvrir une voie nouvelle à la compréhension du rôle des médiations métaphoriques dans des situations réelles de communication,

en différentes zones discursives, qu'elles soient dans le champs de la communication politique, de la communication de marque, de la communication publicitaire, de la communication publique ou organisationnelle.

## Références

- BLACK, Max. 1962. *Models & Metaphors*. Ithica: Cornell University Press.
- BOUGNOUX, Daniel. 1993. *Sciences de l'information et de la communication*. Paris : Larousse.
- BRATOSIN, Stefan. 2001. *La concertation : forme symbolique de l'action collective*. Paris : l'Harmattan.
- BRATOSIN, Stefan. 2004. « La 'concertation' dans le discours du président Jacques Chirac : sur les traces d'une représentation mythique ». *Argumentum – Journal of the Seminar of Discursive Logic, Argumentation Theory and Rhetoric* 3 : 11-35.
- BRATOSIN, Stefan. 2007. *La concertation. De la pratique au sens*. Berne : Peter Lang.
- DODDS, Eric R. 1983. *Dialectica spiritului grec (La dialectique de l'esprit grecque)*. București : Meridiane.
- Du MARSAIS, C. Charles. 1988. *Des tropes ou des différents sens - Figures et vingt autres articles de L'Encyclopédie*. Paris : Flammarion.
- Du MARSAIS, C. Charles. 1998. *Despre tropi (Des tropes)*. București : Univers.
- ECO, Umberto. 1996. *Limitele interpretării (Les limites de l'interprétation)*. Constanța : Pontica.
- ECO, Umberto. 2002. *Kant și ornitorincul (Kant et l'ornithorynque)*. Constanța : Pontica.
- FONTANIER, Pierre. 1977. *Figurile limbajului (Les figures du langage)*. București : Univers.
- GOFFMAN, Erving. 1991. *Les cadres de l'expérience*. Paris : Minuit.
- HUSSERL, Edmund. 1976. *La crise des sciences européennes et la phénoménologie transcendantale*. Paris : Gallimard.
- HUSSERL, Edmund. 1992. *L'Idée de la phénoménologie*. Paris : Presses Universitaires de France.
- HUSSERL, Edmund. 1996. *Méditations cartésiennes, introduction à la phénoménologie*. Paris : Vrin.
- KANT, Immanuel. 1987. *Prolegomene la orice metafizică viitoare care se va putea înfățișa drept știință*. București: Editura Științifică și Enciclopedică.
- LAKOFF, George et JOHNSON, Marc. 2003. *Metaphors we live by*. Chicago : The Chicago University Press.
- LEFEBVRE, Henri. 1961. *Critique de la vie quotidienne, II : Fondement d'une sociologie de la quotidienneté*. Paris : L'Arche Editeur.

- MIEGE, Bernard. 2000. *Societatea cucerită de comunicare*. Iași: Polirom.
- PETERS, Francis E. 1993. *Termenii filosofiei grecești (Les termes de la philosophie grecque)*. București : Humanitas.
- RICŒUR, Paul. 1984. *Metafora vie (La métaphore vive)*. București: Univers.
- STRAWSON, Peter F. 1950. « On Referring ». *Mind*, 59 (235): 320-344.
- UTARD, Jean-Michel. 2002. « L'interdiscipline comme pratique collective ». *Les recherches en Information et Communication et leurs perspectives. Histoire, objet, pouvoir, méthode*, Actes du XIIIe Congrès national des sciences de l'information et de la communication : 471-476.
- WINKIN, Yves. 2001. *Anthropologie de la communication*. Paris : Seuil.
- WITTGENSTEIN, Ludwig. 2005. *Caietul albastru (Le cahier bleu)*. București : Humanitas.