Sensible et communication.De l'incantation à l'incarnation.

Jean-Jacques Boutaud

▶ **To cite this version:**

Jean-Jacques Boutaud. Sensible et communication.De l'incantation à l'incarnation.. Sensible et communication. Du cognitif au symbolique., pp.13-35, 2015. halshs-03130224

HAL Id: halshs-03130224
https://shs.hal.science/halshs-03130224

Submitted on 8 Feb 2021

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

BOUTAUD Jean-Jacques, « Sensible et communication. De l'incantation à l'incarnation », chapitre d'introduction à *Sensible et communication. Du cognitif au symbolique*, Londres, ISTE, 2016, 13-35.

Sensible et communication. De l'incantation à l'incarnation

Jean-Jacques Boutaud

Mettre en avant le sensible, parler du sensible, confronte d'entrée à un monde frappé d'évidence, dans le langage courant, mais livré dans le même temps à une certaine indétermination, entre toutes les définitions et les acceptions qui s'offrent. En surface, le sensible, naturalisé par le sens commun, pour qualifier un caractère, une question, une situation, un domaine, avec une grande liberté d'usage. En profondeur, le sensible, héritier d'une grande et lourde tradition philosophique, sous la domination de l'intelligible, du platonisme au cartésianisme, avant de fonder l'autonomie radicale du sensible, à partir de Kant, ou de concevoir les relations dynamiques entre sensible et intelligible, notamment dans le champ de l'esthétique (Focillon) ou de l'anthropologie (Mauss). On trouve déjà chez les Anciens les traces de ces relations – Pascal Lardellier fera d'ailleurs référence ici à la methexis platonicienne, comme « participation » du sensible à l'intelligible – mais les rapports de l'homme au langage, du langage à la raison, de la raison à la maîtrise des passions trompeuses, ont évidemment servi la cause de l'intelligible pour se libérer de la nébuleuse sensible plongée dans le flux, le continu, l'indistinct.

Fort de cet héritage et des problématiques toujours aussi vives pour repenser, réactualiser la question du sensible, cet ouvrage se donne un angle original : concevoir le sensible en termes de communication, dans le champ prioritaire des sciences de l'information et de la communication, c'est-à-dire un espace scientifique heureusement voué à l'interdiscipline. La dimension un peu ontologisante du titre de l'ouvrage, Sensible et communication, s'appuie en fait sur des entrées multiples, notamment sémiotiques, sociologiques, anthropologiques, linguistiques et, il ne pourrait en être autrement, philosophiques, pour engager le sensible sur le terrain de la communication.

Encore faut-il s'entendre sur les termes. Déjà situer en quoi la mise en relation « sensible et communication » ouvre un espace original, impatient de se confronter à la théorie, aux terrains, aux objets. Ce chapitre introductif en donne les contours, à partir des recherches conduites à Dijon sur le sensible (responsable Jean-Jacques Boutaud), d'abord au sein du LIMSIC (Laboratoire sur l'Image, les Médiations et le Sensible en Information-Communication) dès 2003, puis avec l'équipe 3S (Sensoriel, Sensible, Symbolique), à partir de 2011, équipes rattachées au laboratoire de communication de l'Université de Bourgogne (Cimeos).

Dijon, la Bourgogne, l'ancrage territorial n'est pas neutre. Nul doute que la renommée mondiale du vin et la gastronomie, ont motivé d'entrée des recherches sur le goût et l'imaginaire alimentaire à la fois comme capital symbolique et dimension sensible à explorer. Un environnement riche et foisonnant entre tous les acteurs (professionnels, culturels, institutionnels, scientifiques), avec une place manifeste pour la recherche : Centre des Sciences du Goût et de l'Alimentation ; Agrosup ; Chaire Unesco Culture et Traditions du Vin ; Pôle Bourgogne Vigne et Vin. Une énumération loin d'être complète, entre toutes les organisations dédiées au goût, à l'alimentation, et irrémédiablement confrontées à des problématiques de communication inscrites dans le champ du discours, de l'innovation, de la stratégie.

Pas d'exclusive toutefois, pour le goût et l'alimentaire. A travers les recherches conduites à Dijon, ce mode d'entrée ne traduit qu'une appétence plus large pour les dimensions sensorielles et sensibles de la communication. Curiosité bien sûr, pour les autres modalités sensorielles exerçant leur action, leur pouvoir à travers le parfum (Lardellier, 2003), les « prédicats somatiques » ou sensations corporelles (Dufour et Boutaud, 2013), les relations synesthésiques (Parizot, 2013).

Ce périmètre sensoriel élargi, complexe, n'a évidemment pas vocation à se refermer sur lui-même. Il prédétermine, sinon prédispose à une conception sensible de la communication, tout particulièrement, nous allons y venir, lorsqu'elle prend forme dans les mots et les moments. Progressivement, s'est imposé comme un programme, le projet d'analyser les valeurs émergentes de la société dans leur forme et leur formation sensible, tout particulièrement dans leur processus de figuration.

Très simplement dans les termes, et beaucoup moins dans les faits et phénomènes de signification à considérer, la question est de voir comment les valeurs prennent forme, s'incarnent, se matérialisent, à travers des « figures sensibles » : ainsi la transparence « Double démarche, à l'égard de la transparence comme effet de sens aux multiples occurrences, matérielles et immatérielles, et comme figure sensible déployée par nos communications. Figure à la fois rhétorique et doxale, dans sa propension à cultiver le lieu commun du discours de proximité, de vérité (dominante éthique) ; figure visuelle, polysensorielle et multimodale, dans les registres de l'expression et de la relation (dominante esthétique) » (Boutaud, 2006, p. 1).

Au fil des recherches, de nombreuses figures sensibles font l'objet d'attention : l'amour numérique ou le « net sentimental (Lardellier, 2004), l'hospitalité et la commensalité (Boutaud, 2004), la convivialité (Bonescu, 2007, 2012), l'expérience et l'expérientiel (Boutaud et Lardellier, 2008), la lenteur (Bratu, 2009, 2013), le silence et le sacré (Dufour, 2013a, 2013b), le soin, le prendre soin et le bien-être (Hugol-Gential, 2015), etc.

A la jonction du sémiotique et de l'anthropologique, comme Floch en avait l'intuition (1995), la communication du sensible prend sa forme et son épaisseur dans la dimension figurative de ces valeurs. Mais la trajectoire du sens ne s'arrête pas en chemin.

Ce premier chapitre donne volontiers place, pour des raisons heuristiques, à la modélisation et la schématisation, peut-être par déformation sémiotique, prompte à poser dans le carré des relations, à penser par diagrammes ou axes, à passer par un jeu de positions ou d'oppositions. Conditions obligées pour à la fois structurer le sens et faire émerger des significations. On notera aussi combien les termes mis en relation, à l'intérieur du sensible, jouent du glissement phonétique, de l'assonance et de la paronomase : le sens, les sens, l'essence ; le phatique, l'emphatique et l'empathique ; l'esthésie, l'éthique et l'esthétique, etc., à l'intérieur de combinaisons souvent ternaires ou élevées au carré. Nulle coquetterie rhétorique, dans la reprise en écho des sonorités, mais plus fondamentalement le désir de traduire la continuité et la contiguïté entre les termes, l'unité du système, entre toutes les positions manifestées et conçues comme interdépendantes.

Il est proposé, à titre d'introduction à cet ouvrage, de suivre la trajectoire du sensoriel au sensible puis au symbolique, selon un mouvement non linéaire et unidirectionnel, mais qui appelle retour, dynamique de processus. Du sensoriel au symbolique, les sensations

prennent sens sur le fond identitaire du rapport à soi et aux autres ; du symbolique au sensoriel, l'inscription sociale et culturelle des objets et situations de communication

(normes, rites, codes, processus culturalisés) contribue à préfigurer un monde de sensations et d'émotions à partir d'images et de valeurs préexistantes. Trajectoire signifiante ou pont herméneutique entre le sensoriel et le symbolique, par la médiation du sensible. Sur chaque plan à considérer, le sens prend forme et se transforme, du signe indiciel à sa fonction symbolique. Suivons le mouvement avec une précaution liminaire pour définir l'emploi du sensible privilégié ici, en communication.

Le sensible : un périmètre à délimiter

Les recherches sur le sensible présentées ici, fruit du travail collectif de l'équipe de communication 3S (sensoriel, sensible, symbolique) de Dijon, entretiennent de nombreuses connexions avec la philosophie, la sociologie, l'anthropologie, en référence à des sources bien souvent partagées, privilégiées. François Laplantine, tout particulièrement à travers Le social et le sensible (2005), fait partie de ces auteurs retenus et reconnus comme véritable source d'inspiration pour l'équipe. Mais avant d'opérer son déplacement du structural vers le modal, c'est-à-dire une anthropologie du modus et du tonus (Mauss), des modes de vie et de modulations données aux comportements, François Laplantine réaffirme combien « le véritable objet-sujet de l'anthropologie, c'est-à-dire de l'ethnographie, a toujours été les émotions. L'expérience du terrain est une expérience du partage du sensible » (2005, p. 11). La proximité des termes émotions et sensible fixe une première orientation sémantique que nous faisons nôtre en communication, sans pour autant réduire le sensible à la conjonction avec les émotions.

Dans son anthropologie modale ou anthropologie du sensible (2005, p. 189) Laplantine se garde bien d'opérer une telle focalisation thymique, rabattue exclusivement sur les affects, les émotions, pour ouvrir le sensible au devenir des formes (verbales, sensorielles, comportementales, situationnelles), aux déformations, aux transformations propres à toute situation de vie sociale. L'esthésie, monde des sens et sensations, compose dès lors avec l'esthétique, monde des formes et des formations produites par l'expérience et l'action. On le conçoit volontiers, par exemple, à l'intérieur de l'expérience gastronomique où saveurs et émotions gustatives (dimension esthésique) s'accompagnent de formes verbales, au cœur de configurations spatiales, temporelles particulières (dimension esthétique) qui préludent ou orientent en dernière instance le jugement de goût, sur le plan de la valorisation éthique, cette fois. En effet, les modalités et les modalisations de l'expérience sensible, proprement esthétique (étymologie aisthésis, science du sensible) lui confèrent, dans le même temps, une dimension éthique rapportée au sujet, à la relation à soi et à l'autre. Sous ce rapport d'unité et de complémentarité, esthésie- esthétique-éthique, Laplantine se risque à parler d'esthéthique (2005, p. 215).

Cette trinité du sensible (Boutaud, 2007) permet d'en dessiner les contours, sans abandonner le sensible au sensoriel (définition rabattue sur les sensations), ni aux affects (personne sensible, émotive ou fragile) et sans borner l'usage à une éthique de l'intérêt, de l'attention (être sensible à) ou à une connotation stigmatisante, sinon anxiogène (quartier sensible, dossier sensible). Cette dernière acception alimente bien des dossiers médiatiques, quantité de sujets de société brûlants évoquant le risque, le danger, la crise.

Sous ce rapport, plus recentré mais aussi plus orienté et déformant sur le sensible, par rapport à l'empan communicationnel retenu ici (esthésie-esthétique- éthique), relevons pour leur qualité, les travaux de Thirry Libaert (2011). Il n'hésite pas à présenter la communication

sensible comme une nouvelle discipline de la communication organisationnelle, avec vocation à explorer les domaines suivants :

– la communication sur le risque, à l'exemple du risque sanitaire (pandémique), technique (amiante) ou alimentaire (vache folle) ;

– la communication d'acceptabilité, qui est celle qui s'effectue en accompagnement de projets d'implantation ou d'extension ayant des impacts environnementaux importants. Exemple de la communication autour des projets de construction d'incinérateurs, d'autoroutes, etc. ;

– la communication relative à des activités contestées. La communication du secteur de l'armement ou d'entreprises comme Monsanto (OGM) nous apparaît comme sensible en raison même du domaine d'activité ;

– la communication de crise qui représente le volet extrême de la communication sensible.

Aussi proche soit-elle des problématiques sociétales, cette conception du sensible précisément chevillée à l'isotopie de la crise et du malaise, ne représente qu'une des occurrences d'un monde phénoménal ouvert à toute la gamme des sensations. A cet égard, l'approche développée ici se reconnaît peut-être mieux dans le champ dit des Cultures sensibles, pour reprendre le nom d'un groupe de recherche de l'Université de Liège, se donnant pour visée « les modalités de la perception telles qu'elles sont historiquement et culturellement instituées, c'est-à-dire telles qu'elles organisent les relations que l'homme entretient avec ses environnements humains et non-humains et telles qu'elles signifient accords et discords entre extériorités et intériorités. Mais l'adjectif "sensible" désigne aussi, en l'une de ses significations les plus communes, la délicatesse et, en même temps,

l'intensité de percevoir et de comprendre »[2]. Ces dernières modalités, percevoir et comprendre, nous ramènent à la dialectique du sensible et du cognitif, du sensible et de l'intelligible mais traduisent tout autant la continuité entre la valorisation esthésique de la perception, du percevoir, sous le régime de l'intensité, et la valorisation esthétique de modalités « historiquement et culturellement instituées » ou éthique, d'une disposition à la fois thymique et axiologique comme la délicatesse. Reconnaissons toutefois que nous posons sur l'argumentaire du groupe de Liège, les termes et la grille de lecture (esthésie-esthétique-éthique) en fait privilégiée à Dijon, à l'articulation du sensoriel, du sensible et du symbolique.

Les occasions n'ont pas manqué d'en expliciter la densité théorique et le rendement conceptuel, pour définir le sensible dans une optique de communication. A travers différentes révisions (Boutaud, 2007a, 2007b, Dufour et Boutaud, 2013), un schéma s'est imposé pour sa valeur heuristique. Il sera juste repris à titre indicatif, comme l'un des premiers repères sur la trajectoire du sensible en communication (figure I.1).

Figure I.1. Ternaire sensible et communication

Le ternaire sensible, esthésie-esthétique-éthique, est appréhendé sous la forme de l'expérience, c'est-à-dire sous l'angle premier, en communication, de la relation du sujet au monde, sous toute forme réelle ou imaginaire ou dans tout contexte social, situationnel. Ces trois dimensions traduisent avant tout l'unité du monde sensible et les relations de solidarité qui en interdéfinissent les termes, par contiguïté, par complémentarité.

Le sensible, nous y insistons, n'est pas réductible à la description de sensations. Il présuppose certes un jeu de positions et de relations entre des sensations de base, un premier contact sensoriel et perceptif avec le monde, mais avec le concours de deux autres pôles de manifestation du sens : l'esthétique celui de l'appréhension du monde à travers des formes sociales et symboliques (Cassirer, 1923, 1972 ; Sansot, 1986)) ou des cadres d'expérience (Goffman) où la communication prend forme ; et l'éthique celui de la construction identitaire du sujet, de l'axiologie, système de valeurs conjugué en termes de communication, à des pratiques qui ressortissent, globalement, d'un comportement, d'un ethos ou d'une forme de vie.

En affinant un peu, *l'esthésie* ou plutôt la synesthésie dont Merleau-Ponty rappelle qu'elle est la règle, suppose un travail de discrétisation pour isoler une manifestation sensorielle dominante parmi les autres. Dans le registre figuratif, nous savons que dès ce niveau de perception sensorielle, toute sensation de base donne naissance à une image et une forme sensorielle qui préfigurent le processus même d'iconicisation de la sensation.

L'esthétique c'est le niveau médiateur entre l'esthésie et l'éthique qui opère la conversion en motifs (niveau discret) et en figures (niveau unitaire) des sensations immatérielles et des valeurs abstraites. A titre d'espace de médiation figurative, qui matérialise par définition ces dimensions abstraites et immatérielles, ce registre esthétique constitue le plan par excellence de la communication. On en trouvera partout l'illustration dans cet ouvrage, à mesure que sont converties en figures sensibles des valeurs comme l'intimité, la confiance, la convivialité, le sacré, l'engagement, etc.

L'éthique replace le sensible dans le registre des valeurs mais aussi des axiologies et des principes qui gouvernent l'action du sujet, forgent son image et son identité. Ethique relationnelle, de soi à soi et de soi aux autres ; éthique pratique qui se matérialise à travers une hexis corporelle, un maintien, des gestes, des rituels, véritables manifestations expressives. Tout cela participe de la figuration du sujet sur la scène sociale (Goffman) et de constants processus de formation du sens, entre les trois polarités du sens comme signification, sensibilité et sensorialté.

Dans cette perspective de communication, le sensible se conçoit à la fois lato sensu, dans son plan de projection entre esthésie, esthétique et éthique, mais aussi dans son irréductible unité entre ces polarités internes qui condensent le sens (sensorialité, sensibilité, signification) ce dont témoigne le jeu d'assonance entre les termes.

En revanche ce bel effet de condensation propre à la langue française pour densifier et donner tout son luxe de nuances au terme sensible, ne passe pas la traduction. En langue anglaise, ce contour sémantique se perd, prend d'autres connotations et favorise différentes expressions pour modaliser le sensible. Par exemple, pas d'équivalence, terme à terme, entre Sensible Life (2016) et La vie sensible (2013), traduction de La vita sensibile (2012), d'Emanuele Coccia. Et si La catastrophe du sensible, le tome 2 complétant De la misère symbolique (Stiegler, 2005) est bien traduit par The Catastrophe of the Sensible (première édition, 2015), on conçoit aisément que la résonance du terme change totalement d'une langue à l'autre. Le registre du sensible s'ouvre d'ailleurs le plus souvent à des occurrences plus explicites en faveur de sense, senses, sensual (« Empire of the Senses. The Sensual Culture Reader », Howes, 2004), sensory, sensoriality (« Doing sensory ethnography », Pink, 2009 ; « Sensory Cultures in Material Practice », Sally M. Promey, 2014), sensitive ou sensitivity, sans avoir à rappeler Sense and Sensibility (Jane Austen) traduit par... Raison et sentiments.

La langue française peut à l'inverse capitaliser sur l'effet de condensation, dont la charpente est décrite ici sous le ternaire esthésie, esthétique et éthique redoublé par le triptyque

sensation, sensibilité, signification. Mais la condition du sensible n'est pas seulement dans cette articulation de base. Le processus qui s'engage inscrit le sensible dans la perception et la recherche de formes vivantes et incarnées, au cœur du social et du symbolique. Comment rendre sensible et communicable une sensation gustative, une émotion collective, une valeur de marque, une identité de territoire, etc. Il faut que la forme et ses contours sensibles se dessinent, se détachent et, plus encore, pour entrevoir la communication, que la forme prenne...

Une relation qui prend forme

L'histoire de la philosophie et des sciences de l'homme et de la société ne laisse aucun doute sur la possibilité d'appréhender le sensible sous de multiples aspects, ne serait-ce qu'au travers des bifurcations sémantiques dirigées tantôt vers la sensorialité, tantôt vers la sensibilité, voire l'affectivité. Loin de nous égarer, cette densité théorique et conceptuelle a permis de construire les fondations du sensible dans une perspective de recherche en communication.

Au croisement esthésie-esthétique-éthique s'opère, selon nous, la prise de forme du sensible. D'un cadre d'expérience à l'autre, d'une situation à l'autre, telle dimension a potentiellement pouvoir de prendre l'ascendant sur les autres. Mais l'unité du sensible, ce par quoi il prend forme, présuppose l'articulation de ces modalités relationnelles au monde. Prenons un exemple dans les premières pages de la France Sensible de Pierre Sansot : « Il arrive que je déambule avec bonheur dans une ville, que je sache en capter les humeurs, les points irritables, les zones tempérées. Je possède alors une image de cette ville qui, dans son unicité, ne se réduit pas à tel quartier ou à telle enfilade mais qui, au contraire, plus fondamentalement qu'elles, les désigne comme rues de Paris ou de Bordeaux et les crédite de cette dignité » (1995, p. 14). La dimension esthésique et thymique de la déambulation (« les humeurs, les points irritables, les zones tempérées ») a toute liberté pour se focaliser sur le détail mais prend réellement sens à travers une perception globale, une forme unitaire ou unifiée de la ville et de « son image » (valorisation esthétique) qui lui confère sa «dignité», c'est-à-dire étymologiquement sa valeur et son caractère (valorisation éthique).

Les nombreux exemples à venir, appliqués à dévoiler et décrire tout au long de l'ouvrage un corps de rites, de mythes, de valeurs, de figures, de pratiques, manifestent cette conjonction heureuse du sens, des sens et de l'essence, à l'intérieur du sensible. Qu'il s'agisse, en signes d'appel à ce qui va suivre, d'une célébration gastronomique ou d'une dégustation de vin, d'une sensibilité numérique ou d'un acte de consommation sublimé, d'une valeur incarnée ou d'une quête expérientielle, toutes ces formes et modalités sensibles orientent les sens vers le sens et, dans le même temps, ne peuvent se satisfaire d'un sens réifié, coupé de son substrat sensoriel, synesthésique.

Ce noyau sensible esthésie-esthétique-éthique est ce par quoi la communication prend forme. L'articulation et, plus encore la coalescence de ces dimensions sensibles en conditionne l'unité, la complexité, sans tomber dans le piège d'une vision organiciste simplifiée, travaillée simplement par des forces affectives et émotives. A travers les registres différenciés du sensible ainsi identifiés en communication, la forme qui s'en détache compose aussi bien avec des signes sensoriels que des valeurs, tout autant avec des

images et des représentations que des gestes et des pratiques. A la réserve près que la forme sensible est le produit de ces relations internes esthésie-esthétique-éthique et de leurs correspondances. Imaginons une expérience oenotouristique. Faut-il s'arrêter ou se fixer sur telle activité, réduire l'oenotourisme à boire un verre ou descendre en cave, à quelques coups de pédales sur un chemin de vignes ou une belle tablée en fin de parcours ? Pris

isolément, ces éléments constituent des occupations ou des activités. Pour changer de degré, constituer une expérience en propre, l'oenotourisme doit manifester l'unité du sensible entre tous ces fragments de réalité physique, pratique, psychologique, jusqu'à leur conférer, au besoin, une valeur mystique ou spirituelle, à chercher dans l'âme du vin ou l'esprit du paysage (signature des opérations Grand Site en France).

Une fois réunis ces éléments, ils donnent une consistance ou une épaisseur particulière à la définition sensible de la communication déjà avancée en d'autres lieux (Boutaud, 2005) et utile à reprendre ici pour fixer dès le départ, l'angle d'attaque de cet ouvrage. A l'évidence, le concept de forme occupe une place majeure. Il figure, à un premier degré, dans le registre esthétique de la communication, non réductible à des déterminations de l'ordre du beau, de l'agréable, de l'harmonieux, mais plus fondamentalement ouvert à toute proposition de forme, de mise en forme. Concept élargi à des dimensions matérielles et immatérielles, si l'on considère par exemple tout dispositif de communication (une table, une salle de réunion, un espace de vente, un plateau télé, etc.) comme l'interaction entre un sujet et un environnement, dans un cadre d'expérience particulier. Une illustration déjà entreprise dans l'ouvrage Formes en devenir, sous la direction de Pascal Lardellier (2014) et avec la collaboration de chercheurs étroitement liés aux avancées sur le sensible en communication : Françoise Albertini, Françoise Bernard, Patrizia Laudati, Pierre Quettier, Claudine Batazzi, et d'autres chercheurs à l'intérieur des sciences de l'information mais pas exclusivement. Les formes langagières (sciences du langage), les formes sociales (sociologie) et interactionnelles (anthropologie) contribuent largement à déployer ce concept de forme, en communication.

Mais on lui reconnaît une pertinence d'autant plus grande qu'il se déploie de la forme graphique ou de la gestalt la plus élémentaire à la forme de vie la plus complexe, à l'intérieur d'un espace défini en sémiotique et communication comme figuratif. A cet égard, on peut reconnaître à Floch le mérite d'avoir introduit au mieux la question dans Identités visuelles (1995). Le chapitre liminaire suit précisément la trajectoire «Du design au bricolage». Du design (gestalt, proposition et organisation graphique, matérielle, spatiale), sous la forme du design-produit, packaging, design d'environnement, corporate design (voir Sémiotique, marketing et communication, Floch, 1990), au bricolage, « au sens que C. Lévi-Strauss a donné à ce terme dans la Pensée sauvage... Selon lui, l'analyse mythologique (du moins l'analyse structurale) travaille, elle aussi, à partir de signes. Et, comme le bricoleur, elle part, elle aussi, de ces signes pour aboutir à une structure, en découpant un ensemble toujours restreint « d'éléments précontraints » et en rapprochant tel ou tel fragment pour leur donner un surplus de sens » (Floch, 1995, p. 5). Ces bricolages illustrent, à travers les œuvres et les réalisations humaines, les multiples formes que peuvent prendre les relations entre le sensible et l'intelligible, de la forme design à la forme de vie dont la manifestation est palpable à travers les modes d'existence que révèlent les objets.

Ainsi, derrière ou sous le design graphique des deux logos Apple et IBM mis en opposition, on peut « reconnaître deux grandes axiologies de la connaissance qui perdurent à travers les âges de la pensée occidentale : celle, phonocentrique, qui, d'Aristote... à IBM, exalte la raison et la connaissance indirecte des réalisations du monde par la médiation du langage

verbal ; et celle, optocentrique, qui, de Plotin... à Apple, a choisi le camp de l'intuition et de la connaissance directe » (Floch, 1990, p. 67).

Pour aller plus loin encore, dans la compréhension d'une forme de vie ou des formes qui donnent sens à la vie, retenons, toujours chez Floch – sans doute avec Landowski le plus proche de notre sensibilité sémiotique – l'exemple emblématique du « Total look » de Chanel, à l'articulation « esthétique et éthique ». Par-delà les «éléments d'identification instantanée de Chanel», selon l'expression de Karl Lagerfeld, il se détache une « dimension sensible du total look » (p. 117), à travers la clôture de la forme générale, le privilège donné

à la ligne, des masses (bijoux et accessoires) localisées, une lumière propre. Ces éléments de silhouette figurent un style et incarnent à la fois une esthétique (vision classique conjuguée à une vision baroque) et une éthique (du maintien) : « La reconnaissance des invariants de cette silhouette, comme l'examen de son enrichissement progressif, convainc que cette silhouette est bien un fait de style, et qu'elle témoigne d'un projet de vie, ou d'une visée éthique, dont le maintien est la valeur de base. Elle représente, autrement dit, un projet de vie et une forme de vie » (Floch, p. 140). On ne peut être plus clair sur l'articulation entre la forme matérielle (des matières et des objets), la forme corporelle (ligne du corps, silhouette), la forme de présence (invariants figuratifs du monde de Chanel) et la forme de vie (identité et traits de caractère) comme disposition esthétique et éthique, si ce n'est d'abord esthésique s'il nous fallait reprendre les termes et polarités du périmètre sensible décrit jusque-là.

Les sémioticiens ont progressé dans l'analyse de ce plan d'expression complexe où la forme de vie peut être conçue comme un niveau de manifestation et de pertinence placé, en dernière instance, dans la stratification d'un espace figuratif passant par les signes sensoriels, les textes-énoncés, les objets, les scènes prédicatives (scène typique d'une pratique), la stratégie (ajustement des pratiques dans une situation plus ou moins prévisible ou programmable) et donc, au terme du processus figuratif, la forme de vie : « L'expérience sous-jacente, le sentiment d'une identité de comportement, la perception d'une régularité dans un ensemble de procédures d'ajustement stratégique, est donc l'expérience d'un ethos ; cette expérience étant convertie en un dispositif d'expression pertinent (un style exprimant une attitude), elle donne lieu à une forme de vie, qui est alors susceptible d'intégrer la totalité des niveaux inférieurs pour produire globalement une configuration pertinente pour l'analyse des cultures » (Fontanille, 2007, p. 11).

Cette approche donnera lieu à beaucoup de discussions et de commentaires, confrontant, au cœur d'une sémiotique des pratiques, « style de vie » (déterminations sociales de nature à conditionner les pratiques), et forme de vie (constitution stabilisée et organisée, régularité de manifestation qui peut à tout moment être inventée ou contrariée par la praxis). Des actions quotidiennes orientées vers la constitution d'un sens de la vie, en traduisant une façon de vivre et d'être, une forme d'existence, un mode particulier de contact entre soit et le monde.

N'entrons pas ici dans ce débat foisonnant et complexe, mais retenons l'augure d'une approche très stimulante de la forme, dans toute sa ductilité sémiotique, de la forme-gestalt à la forme de vie, comme porte d'entrée pour le sensible, si l'on convient que la communication est bien, fondamentalement, une relation qui prend forme.

Le sensible ou la prise de forme en communication

Définir la communication par la relation et la forme et non à partir du contenu et du sens laisse évidemment place à la disputatio. Elle serait d'autant plus justifiée et vigoureuse s'il s'agissait d'évacuer le contenu ou, à tout le moins, de le minorer. Une position intenable alors que tout échange signifiant suppose, au principe même de sa manifestation, des valeurs, des représentations des symboles. Des contenus infiniment servis par la connaissance et les savoirs, enrichis par la pensée, stabilisés par des codes et des normes, renégociés dans l'action. Des arts libéraux à toutes les Lumières offertes aux hommes, on hésite à rappeler cette évidence d'avoir à porter le regard et l'esprit sur le contenu.

En se constituant comme champ, grosso modo après la deuxième guerre mondiale, science ou discipline (à la fin des années 1960), la communication ne pouvait manquer de se définir

elle aussi de ce point de vue, soit comme sciences à part entière de l'information et de la communication (SIC), soit comme recherches relevant en quelque manière de la communication sous l'influence du calcul (Shannon, Turing), du système (Wiener), du langage (Jakobson), du signe (toutes les sémiotiques), de la médiation (technique, sociale, culturelle, etc.). Mais le curseur se déplacera progressivement sur le plan de l'énonciation (Austin), des conditions pragmatiques de l'échange, à dominante interactionniste (Schütz), anthropologique (Bateson, Goffman), consacrant notamment l'émergence du modèle orchestral de la communication et la renommée de l'Ecole de Palo Alto (Winkin). Les travaux de Watzlawick sont particulièrement représentatifs de ce déplacement théorique et épistémique au profit du non verbal, de l'analogique, du comportemental.

En prenant la mesure de ce qui la précède (philosophie) et l'excède dans le calcul (informatique) ou l'émotion (psychologie), la communication prend ses distances, dans ses théories fondatrices, avec l'information de stricte obédience techniciste (Bougnoux, 1995), avec la sémiotique de type immanentiste (Boutaud, 1998) et la transmission privée de son caractère médiologique (Debray, 1994). C'est bien la relation, comme primum vivens, qui rend possible la communication : « partout où il pénètre, le modèle communicationnel pose la relation avant les termes de celle-ci ; il étudie non des choses mais des flux, et remplace la vision sectorisée et statique du monde par l'approche de sa complexité dynamique. Ce primat de la relation suppose philosophiquement qu'on cesse de penser en termes de sol ou de substance, et qu'on ne présuppose pas davantage les sujets, ou les termes, avant cette relation qui les façonne et les fait émerger » (Bougnoux, 1993, p. 14).

Notre définition heuristique de la communication, comme relation qui prend forme, trouve donc ses éléments de complétude dès que l'on s'accorde sur le primat de la relation et sur la saisie de la relation par la médiation de formes, de la forme- gestalt ou de la forme-objet à la forme de vie, en passant par toute forme de perception sensorielle, toute forme textuelle ou situationnelle. C'est bien cette dimension relationnelle et figurative qui constitue le propre de la communication, tout en justifiant l'angle d'entrée par le sensible. Encore faut-il prêter une attention toute particulière au troisième terme nodal de la proposition. Si la relation prend forme, il faut nous considérer maintenant, avec la forme et la relation, la prise. La prise de forme de la relation elle-même, à partir des formes détachées de l'espace figuratif de la communication et négociées dans l'échange.

La prise, ce par quoi la communication prend et comment elle prend, à travers quels signes et quelles manifestations, quels formes et processus de figuration, voilà les termes d'une conception dynamique de la relation, non rabattue sur le prévisible, l'intentionnel, le codifié mais, tout en reconnaissant ces dimensions, sensible avant tout aux conditions d'émergence du sens.

Figure I.2. Séquences expérientielles et prise de forme

Le phénomène de prise se situe à l'intérieur d'un procès d'élaboration de la forme, de formation mais aussi de transformation (forme évolutive), voire de transfiguration (changement modal) à mesure que se modifie notre rapport aux objets, aux situations, dans le cours de l'action. Ce processus peut-être défini en termes de sémiogenèse, non pas à l'échelle d'un signe en déploiement, par exemple d'indice en symbole, mais à l'échelle de séquences expérientielles, de durée et d'intensité variables. Nous reportons ici la schématisation déjà donnée à ce processus (Boutaud, 2015), de préfiguration en reconfiguration, en faisant l'hypothèse que la prise de forme est d'autant plus manifeste qu'elle condense processus figuratif (à tous les niveaux sémiotiques déjà entrevus) et

processus de figuration (à tous les niveaux de mise en scène du sujet, de la situation potentielle à sa réalisation et même sa restitution).

En guise d'illustration, imaginons une simple mise en abyme entre l'expérience touristique en général, qui se prépare et se revit, a posteriori, avec toutes les possibilités de bricolage numérique et de partage, et l'expérience œnotouristique déjà évoquée qui oriente le cours d'actions variées mais concentrées sur la forme imaginaire du vin (paysages, cave, émotions gustatives, art de vivre, etc.) dont le point d'orgue devient la dégustation elle-même. A l'intérieur de cet espace figuratif, la forme de la dégustation prend alors une densité particulière, elle-même prise en abyme dans la sémiogenèse d'une expérience de dégustation.

L'action ne se réduit pas à la prise d'un verre ou d'une photo de paysage, comme opérations ponctuelles, répétées en saccades, mais replace et reconfigure ces opérations dans un cadre global où chaque mot, moment, émotion, chaque élément sensible participe de l'unité d'une expérience construite où peut advenir l'essentiel, à savoir la prise de sens. Rien de systématique dans cette dimension phénoménale, mais un potentiel de situation pour vivre le changement de degré entre une simple activité et une expérience.

Pour en rester à notre expérience de dégustation, en contexte d'œnotourisme, on en vient à considérer non pas seulement le moment proprement dit de la dégustation, son cadre de manifestation sensorielle, mais aussi tout son encadrement. Non seulement la figuration des acteurs, au moment de la dégustation, mais tout autant, la préfiguration de ce moment et la configuration propre du cadre, avant que tout motif ne s'offre à la transformation, voire la transfiguration par requalification d'un trait de l'expérience prenant une nouvelle épaisseur signifiante ou acuité de manifestation. Comprenons le terme de transfiguration comme un changement de degré à l'intérieur du sensible, par exemple lorsqu'une expérience de dégustation devient le théâtre d'une émotion particulière, à caractère sacré, de forme en transformation, de kiné (forme changeante et mouvante) en métabolè (forme d'une autre nature, substance modifiée). Les formes expérientielles portées vers le réenchantement, le ravissement, procèdent de cette dynamique de prise de forme, ce processus de formation, transformation, transfiguration, lui-même pris dans le mouvement d'une sémiogenèse décrite ici entre préfiguration et configuration.

En donnant crédit à notre approche, Yves Jeanneret en élargit les termes au-delà de l'expérience car : « Toute pratique communicationnelle est anticipée par un ensemble de construits culturels qui relèvent de représentations et de normes, mais aussi de mouvements incorporés ; tout dispositif est à la fois une configuration des conditions de l'échange et une scène où il va être figuré ; le propre de ces dispositifs est de fournir un cadre aux interactions, mais aussi de créer une possibilité d'engagement et de jeu. En somme, une

situation de communication est préfigurée, constituée en dispositif, mais elle prend ou ne prend pas en fonction de la manière dont les sujets l'investissent » (2014, p. 192-193).

PRÉFIGURATION - CONFIGURATION - FIGURATION
pré-disposition - dispositif - positions - disponibilité

Figure I.3. Modalités situationnelles

De son côté, Landowski (1998) ouvre des pistes intéressantes pour articuler communication sensible et « sémiotique de l'expérience ». A l'intérieur de l'ordre séquentiel déjà décrit en termes figuratifs, de préfiguration en transfiguration, il est possible de distinguer de nouvelles modalités sensibles dans les relations entre le sujet et le dispositif. Landowski invite à saisir l'articulation entre disposition et disponibilité, esthétique et esthésie : « Le "j'aime", aussi bien d'ailleurs que le "je n'aime pas" (le dégoût), procèdent en règle générale... à la fois d'une disponibilité – d'une "ouverture au monde" (en dernière instance somatique) – qui rend possible les "accidents", la "surprise" d'ordre esthésique, bonne ou mauvaise, et de la pré-disposition à une reconnaissance, axiologique ou esthétique, fortement liée au social » (Landowski, 1998 : 7, souligné par nous). Nous prenons la liberté de compléter cet espace sensible avec le dispositif lui-même, comme il apparaît dans la figure I.3.

De la prédisposition du sujet à son entrée dans le dispositif s'opère le déplacement entre la dimension éthique de la situation de communication, et la dimension esthétique du cadre, conforme ou non aux attentes, dans ses propriétés spatiales, temporelles, actorielles. Esthétique du cadre qui se présente déjà comme une forme disponible ou non pour entrer en situation et vivre, au besoin une expérience, sous réserve, nous l'avons noté qu'un changement modal s'opère à l'égard du sensible. C'est pourquoi nous plaçons le schéma sous le registre du situationnel et non de l'expérientiel qui en constitue, potentiellement, le degré accompli.

Le dispositif, avec ses propriétés à la fois matérielles et immatérielles (par exemple un espace de vente ou un cadre d'interaction professionnelle) compose avec la prédisposition du sujet et son horizon d'attente, mais détermine plus encore sa disposition pour vivre favorablement la situation. Le caractère potentiel de la prédisposition fait place à la dimension actualisée du dispositif dont la forme a vocation à mettre dans de bonnes dispositions le sujet. D'infimes détails peuvent agir dans la perception, des signes sensoriels les plus discrets à la disposition matérielle des objets et des acteurs dans le dispositif, facilitateur ou non, théâtralisé ou pas.

Les déterminations éthiques (prédisposition) et esthétiques (dispositif) agissent sur la perception directe, en situation, avec sa charge d'ordre esthésique (sensations) et thymique (émotions correspondantes). Toutefois nous avons déjà noté avec suffisamment d'insistance que le sensible est à la conjonction de ces trois modalités, dans l'unité de leur formation et de leur manifestation. C'est pourquoi nous reconnaissons forcer le trait pour conjoindre comme Landowski, la prédisposition du sujet à une détermination axiologique (dimension formelle et normative) alors que la disponibilité, avec son « ouverture au monde », laisse avant tout entrevoir le caractère performatif des situations, le vécu situationnel, avec son emprise esthésique. Mais en mobilisant les représentations du sujet, par questionnaire ou simple entretien, on réalise que préfiguration et prédisposition comportent déjà des valences esthésiques et que la performativité d'une situation n'engage pas moins des ressorts axiologiques. Au-delà de l'heuristique du schéma situationnel se dessinent donc des ramifications profondes entre les modalités sensibles et leurs modulations expérientielles, en situation de communication. Pour en revenir à l'expérience de dégustation, Michel Onfray en

décrit parfaitement le déploiement aspectuel au moment d'aborder et de découvrir le caractère, sinon l'âme d'un vin : « Le vin est hypothèse, promesse et réalité, en tant qu'il suppose une réflexion sur la nature de son existence, ses modalités d'évolution (attaque, déploiement, finale), ses virtualités, ses potentialités, sa vérité, son efficacité. Autant dire que dans ses trois temps qui permettent une métaphysique singulière, une éthique confondue à une esthétique, on pourra s'interroger sur trois des modalités possibles de l'incarnation ontologique du temps : l'être, le devenir, la présence. La forme, l'avènement, l'existence » (Onfray, 2009, p. 84).

Avec l'entrée dans le cadre de la dégustation, de préfiguration en figuration, et la mise en situation du sujet, de prédisposition en disponibilité, il reste à compléter la sémiogenèse de l'expérience sensible avec la dynamogénie du moment de dégustation. Dynamogénie, car le moment est à concevoir, dans sa dimension figurative, comme forme et plus encore processus de formation. Il s'inscrit dans une écologie de l'action où se mimétisent langage corporel et langage verbal, en interaction avec les ressources mobilisables par l'acteur, dans le temps et l'espace où se déroule l'activité.

Cette dynamogénie du moment ne s'enferme pas dans la rhétorique de la dégustation. Elle se replace, à la faveur des processus de sémiogenèse et de morphogenèse déjà décrits, dans l'écologie de l'action. La charpente traditionnelle, aristotélicienne, du discours – ethos, logos, pathos – compose dès lors avec la forme de l'action, la formation du processus d'interaction, ce qui ressortit de l'eidos, à l'intérieur de l'action. Une pragmatique du goût, en l'occurrence, et de la situation de communication, en général, qu'Antoine Hennion analyse là encore en termes de prise : « Tout compte, dans le goût, non pas comme des variables indépendantes à cumuler pour garantir un résultat, mais comme des médiations incertaines, s'appuyant les unes sur les autres pour faire surgir des états, faire répondre des objets, transformer des êtres, faire "cohérer" des moments qui prennent » (2004, p. 10).

Au terme de notre analyse, encore trop brève dans les limites de ce chapitre introductif, la prise apparaît donc comme la clé ou le cœur de la communication sensible, une relation qui prend forme, précisément. Encore faut-il élargir le cadre de l'approche phénoménologique pour concevoir le sensible comme prise de forme entre esthésie, esthétique et éthique. La communication se reporte alors tout particulièrement sur l'espace figuratif ainsi créé (dominante esthétique), des formes perceptives les plus discrètes (dominante esthésique) aux formes de vie incarnées dans un style ou éprouvées dans leur complexité (dominante éthique).

Le sensible toujours, dans le micro de la sensation ou le macro d'un social étiré entre perte de sens, pour les déclinistes, et quête de sens, pour les optimistes dont nous sommes, s'il est vrai que nous tenons au monde et que le monde tient à nous. Il suffit, en effet, de considérer toute situation de communication, du sensoriel au symbolique, du simple contact aux identités mises en jeu, pour s'ouvrir aux dimensions sensibles de la relation. Là où les structuralistes de pure obédience ont coupé le signifiant du contexte, là où les interactionnistes se croient obligés de tout lister des composantes de la relation, notre approche communicationnelle articule le système et la situation, reconnaît les valeurs mais privilégie les valences et les variations. Elle ne sous-estime pas les modes et les modalités sémiotiques qui gouvernent les actions et les passions (Greimas et Fontanille, 1991) mais se veut anthropologique dans la façon de concevoir le modal et ses modulations sensibles (Laplantine), tout particulièrement dans la prise de forme, ces « moments qui prennent », ces discours et ces valeurs qui s'incarnent et prennent une dimension figurative.

L'arrêt sur image fait place, nous le verrons tout au long de l'ouvrage, à l'analyse de processus, à mesure que ce déploie le sensible, d'incantation en incarnation, de préfiguration en transfiguration, de prédisposition en disponibilité, dans le vif des situations, la force ou la forme d'un moment qui se détache, prend sa consistance et vient nous toucher, nous saisir ou nous marquer.

Cette emprise du sensible nous la vivons parfois à notre corps défendant. Mais nous la reconnaissons, plus encore, comme cette conjonction heureuse entre les sens et le sens, entre la chair de l'intelligible et la clairvoyance du sensible.