



Volume 45, Number 3, octobre 1989

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/400492ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/400492ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Faculté de philosophie, Université Laval

ISSN

0023-9054 (print)

1703-8804 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this review

Cadó, V. (1989). Review of [YARCE, Jorge, éd., *Filosofía de la comunicación*].

Laval théologique et philosophique, 45(3), 461–463.

<https://doi.org/10.7202/400492ar>

ne soit pas impossible à l'homme moderne de faire l'expérience de Dieu sous la forme la plus paradoxale qui soit.

Jean-Pierre LEMAY
Université Laval

EN COLLABORATION, **Filosofia de la comunicación (Philosophie de la communication)**, éditée par Jorge YARCE. Pamplona, Editora de la Universidad de Navarra, 1986, 289 pages (21.5 × 14.5 cm).

Cette réflexion collective sur le phénomène de la communication sociale est la transcription des conférences prononcées lors d'un séminaire interdisciplinaire tenu par des professeurs des Facultés de Philosophie et Lettres et des Sciences de l'Information de l'Université de Navarre. La plupart de ces conférences rassemblent des idées schématiquement présentées pour alimenter le débat qui suivait en chaque cas. Le livre réussit ainsi à faire le tour de la question, dans un langage accessible, et de façon agréable pour le lecteur.

Les textes sont disposés selon une certaine progression. Le directeur du séminaire (et de la publication) fait d'abord une conférence introductive sur l'interdisciplinarité et insiste sur son importance pour l'étude de la communication sociale. Pour qu'elle soit plus qu'une simple accumulation de points de vue divers sur le phénomène étudié ou une pure multidisciplinarité, l'interdisciplinarité a besoin d'un point de convergence, d'un noyau, qui soit le centre de la synthèse des différents discours. Pour le directeur du séminaire, « la communication a comme point de convergence la personne humaine et sa transcendance sociale » (p. 35).

À partir de ces « prémisses méthodologiques », les participants, plus d'une douzaine, proposent à la réflexion de leurs pairs les apories fondamentales de la « philosophie de l'information » : Qu'est-ce que la communication ? Pour qui et pourquoi fait-on de « l'information publique ou de la communication sociale » ? Il n'est donc pas question des moyens ni des techniques de ce qu'on est convenu d'appeler les « mass media ». Un premier ensemble de textes vient expliciter et renforcer les divers aspects de ce noyau. D'abord, Alvaro D'ORS, dans un exposé intitulé « Communication et humanités », insiste sur le rôle de l'être humain comme centre de synthèse, par le biais des études classiques qui transmettent les trésors de la culture, ou ce que

l'humanité a produit de mieux. Jacinto CHOZA, avec « Anthropologie et communication », revient sur ce thème pour souligner son essence humaine. C'est l'homme qui proprement communique, la parole étant son caractère distinctif ; la parole, avec la liberté qui est aussi créativité, permet la communication et par là la culture, les échanges, la croissance spirituelle et la personnalisation autant que le progrès commun. Dans « Être et communication », Leonardo POLO aborde le problème du point de vue de l'ontologie traditionnelle. Il affirme que la primauté au sein des notions transcendentes de l'être revient à l'être. Si le vrai tenait la première place, le discours précéderait l'être humain ; si la primauté allait au bien, ce serait le volontarisme. En rapprochant d'une part la primauté du bien et le nominalisme, et d'autre part la primauté du vrai et l'idéalisme, l'Auteur critique fortement ces deux positions ; selon lui, elles n'assurent pas, dans la sphère de la communication, la première place à la personne. Dans son exposé intitulé « Philosophie du langage et communication », Alejandro LLANO prolonge l'étude du thème précédent, en le plaçant dans le contexte de la philosophie moderne, « à la suite de la pensée de Kant » et de sa révolution copernicienne (gnoséologique), laquelle se continue et se radicalise dans la philosophie du langage. Le langage serait *a priori* le plus radical. Après une longue discussion de cette thématique, l'Auteur conclut qu'au fond, dans la recherche du sens de la communication à laquelle on s'est engagé, « les grandes questions se centrent dans l'alternative : idéalisme ou réalisme » (p. 84). En qualifiant la philosophie du langage d'« anthropocentrisme » et en la rangeant parmi les idéalismes, l'Auteur lui oppose le réalisme, soit le réalisme traditionnel issu d'Aristote, soit le réalisme contemporain, particulièrement celui de G. Frege : le langage exprime la *connaissance* que l'on acquiert de la *réalité*, et la *communication* vient à la fin. En concluant, il affirme que « la vérité est le fondement de la communication » et non pas l'inverse, comme le prétendent certains « créateurs d'opinions » de nos jours (p. 92).

Après ce premier bloc d'interventions qui visait à établir le point de référence et de synthèse de la communication sociale — l'être humain, personne et société — sujet et fin de l'information —, les participants du séminaire s'attaquent à des thèmes particuliers.

Ainsi, Manuel CASADO traite de « Communication et manipulation par le langage » : il analyse la notion de manipulation du langage prise dans

son sens négatif ou péjoratif tantôt relié aux usages particuliers du langage commun, tantôt à certains langages particuliers (surtout le langage publicitaire et le langage politique). Entre autres, il discute de questions linguistiques, comme la distinction (et la confusion !) entre signification et désignation, ou la portée des langages scientifiques, les divers plans du langage (du langage universel ou du parler en général, du discours et de ses différents types, ou des langages concrets) et autres thèmes de ce genre. Dans « Information et connaissance », Juan José GARCIA-NOBLEJAS, en analysant les concepts de « savoir », de « connaissance », d'« information » et de « nouvelles », cherche le statut scientifique propre de « la science de l'information ». Il affirme que « l'information est un savoir », et il se livre à une digression sur le connaître et le statut humain-spirituel et donc gnoséologique de la connaissance humaine. Il traite ensuite de « l'information et de la vérité », et il en vient à considérer « la vérité et la sincérité », ce qui lui permet de faire allusion à l'erreur (même de bonne foi) et à l'absence de malice (ou de mauvaise intention). Selon lui, la vérité et l'information ont été progressivement vidées de leur aspect cognoscitif-contemplatif et ne sont plus que des notions opérationnelles. Le texte se termine par une réflexion sur « l'information comme circonlocution cognitive », puisque l'information contient du « savoir », de la « connaissance », même si elle n'est pas la façon la plus appropriée de transmettre les connaissances scientifiques, ou spirituelles. Sous le même titre, sous-titré « une autre approche », Carlos MARTINEZ THIEN essaie, à travers des extraits de la *Poétique* d'Aristote, de montrer que la communication a pour but l'éducation et le perfectionnement personnel et social. S'en remettant aux meilleurs interprètes de cette œuvre, il met en relief les aspects rationnels et affectifs présents dans les deux mots du titre « Information et connaissance » et montre comment ils convergent vers les buts de la *Poétique* : la « katharsis » et l'« arété ».

On passe alors à quelques aspects plus directement politico-sociaux de la communication. José Maria MARTINEZ DORAL aborde « quelques aspects non négligeables de la communication de masse » et tente de réhabiliter la notion de masse, si dépréciée aujourd'hui. De nos jours, dit-il en substance, ce ne sont plus des individus exceptionnels qui décident, mais plutôt les collectivités ; il faut accepter alors de traiter « les masses » comme des réalités humaines, sujets et objets de communication. Vient alors « Philosophie politique et philosophie de la communication » de Rafael ALVIRA.

Partant de la définition boétienne de la personne, il tente de l'amplifier pour y faire entrer l'aspect de socialité, d'ouverture à l'autre. Cette socialité se concrétise en divers types de société : d'abord la famille, unité partielle parfaite, où prévalent les sentiments et qui peut être classée parmi les organisations que la sociologie allemande du XIX^e siècle appelle « *Gemeinschaft* » ; à l'autre extrême, se trouverait la « *res publica* », unité globale, où prévaut la raison, nommée, dans la même classification, « *Gesellschaft* » ; entre ces deux cas se retrouvent les institutions intermédiaires, composées en diverses proportions de sentiments et de raison. Pour l'Auteur, à certains égards, la famille devrait être le modèle des autres types de société. Il conclut par l'affirmation que « politique » et « communication » vont toujours ensemble. A. Carlos PEREIRA MENAUT, dans son exposé « Constitution et communication », considère la constitution comme « la limitation du pouvoir par le droit, au bénéfice de la personne à qui on reconnaît certains droits » (p. 201). Il s'interroge sur les rapports entre les deux institutions : Quel rôle a joué la communication dans l'établissement de la constitution — surtout la première, l'anglaise — et l'espagnole ? Quelle place a donnée la constitution à la communication ? J. Vicente ARREGUI, dans « Violence et communication », développe la question de l'action de l'une sur l'autre des deux réalités énoncées. Dans quelle mesure la communication et l'incommunication peuvent-elles paraître violence ? Il est alors fait allusion à la mauvaise compréhension et aux préjugés. Puis, à l'inverse, jusqu'à quel point la violence peut-elle se constituer en système de communication ? Il aborde alors le problème du terrorisme qui veut être porteur d'un message. Modesto SANTOS traite « Des perspectives sociologiques de la communication ». Il débute par quelques considérations d'ordre linguistique sur la notion de « communication sociale » ou « communication de masse », ce qui l'amène à la sémiotique qui, de partie de la linguistique pour Saussure, va devenir le tout dont la dernière est devenue partie. Passant alors aux recherches sur « les communications sociales », il parle, non pas de théories sociologiques, mais plutôt d'orientations, surtout celle des Nord-Américains, de caractère empirico-quantitatif, et celle des Allemands (en particulier ceux de l'école de Francfort) plutôt théorico-qualitative. Parce qu'il les trouve toutes deux partielles, il propose leur fusion, ou une coopération entre elles. Daniel INNERARITY, dans le dernier texte du livre, « La publicité de la raison : sur la genèse de la théorie critique de la

communication », part des idées développées par celui qui l'a précédé et remonte de Habermas à Kant, puis revient, pour indiquer le pas du surgissement de la théorie critique de Habermas, sur les communications sociales, en particulier sa « pragmatique universelle du langage ». Le texte se termine par des considérations sur « la communauté idéale de communication : consensus universel ou arbitraire collectivisé ? » Il indique les insuffisances de la position étudiée et il propose un retour à Aristote.

Il s'agit, on le voit, d'un livre qui s'adresse aux spécialistes et/ou aux professionnels du secteur des communications, mais qui demeure accessible à toute personne qu'intéressent les problèmes sociaux et politiques. Comme il est normal dans un ouvrage collectif, il y a quelques répétitions, ainsi que des omissions. Certains thèmes auraient pu être plus développés, tels l'éducation, la démocratie et la participation populaire. Mais en somme, c'est un bon livre, qui témoigne d'un effort sérieux de réflexion sur un sujet très actuel : les communications sociales et l'information publique.

Valdemar CADÓ

Georges TAVARD, *Satan*. Coll. « L'horizon du croyant ». Paris/Ottawa, Desclée/Novalis, 1988, 160 pages (19 × 12,5 cm).

Pourquoi un livre sur Satan ? Le rationalisme des 18^e et 19^e siècles n'a-t-il pas permis à l'humanité de prendre des distances vis-à-vis de l'image de Satan ? Il semble, selon Georges Tavard, que celle-ci fleurisse encore. Dans cette seconde moitié du 20^e siècle, la figure de Satan est plus populaire que jamais, fournissant un sujet de film à grand succès ou un thème favori pour les groupes rocks et quoi d'autre encore. Une question pour l'auteur du livre *Satan* se pose alors : comment comprendre la popularité tant passée qu'actuelle de cette figure diabolique ?

La représentation de Satan persiste certainement parce que l'humanité n'a pas trouvé de solution rationnelle à la souffrance et au mal. Ce mal, il peut être issu de deux sources différentes ; celui que l'humanité s'inflige à elle-même au cours de son histoire ou celui provenant des catastrophes naturelles que sont entre autres les tremblements

de terre, les tempêtes, les épidémies, les maladies incurables, etc. Tant de souffrances, de misères inquiètent l'esprit humain qui se demande s'il n'y aurait pas une force mauvaise qui agit sur le monde. Peut-être est-ce là une façon plus sécurisante d'appréhender le mal quelle que soit sa source ? Un figure connue est plus rassurante, le mal est plus acceptable s'il arbore les traits d'un démon malfaisant.

Mais s'il demeure une dimension incompréhensible prenant racine dans la structure de l'être même, le mal ne satisfait pas la conscience humaine. Faute d'une explication philosophique ou psychologique totale de l'origine du mal, les hommes en ont donc trouvé une dans ce symbole.

Voilà pourquoi Satan a traversé les siècles pour venir jusqu'à nous. L'auteur analyse les diverses caractéristiques de cette figure à travers l'Écriture, chez les Pères de l'Église, dans la théologie classique ainsi que dans l'enseignement du Magistère, afin de découvrir quel en est le rôle effectif dans la vie de l'humanité.

Si les déclarations au sujet du démon sont plus pastorales que dogmatiques et que par le fait même Satan ne constitue pas l'objet d'un dogme de foi de l'Église, il a cependant sa place en tant que partie intégrante des croyances de la tradition chrétienne dans son ensemble. On a fait de lui l'âme du monde, le prince de celui-ci opposé au Dieu du Christ. Or, vu la place qu'on lui a donnée jusqu'ici, il importe de voir en quoi l'époque moderne justifie la révision de cette doctrine traditionnelle sur Satan. Et c'est ce que fait l'auteur après le parcours historique qu'il effectue.

Il ne fait nul doute que cette image du démon imprègne trop la trame de la pensée et de l'art chrétien pour l'ignorer. La pensée scientifique actuelle doit dès lors se tourner vers la question-clé qui traduit quelles sont ses exigences fondamentales : Satan existe-t-il dans la réalité comme créature maléfique ? Toutefois, en tentant d'expliquer les phénomènes que l'on propose d'ordinaire pour en prouver l'existence, on ne peut que conclure que l'analyse de la profondeur et de la composition de l'inconscient humain, tant individuel que collectif, est loin d'être épuisée. C'est pourquoi l'auteur nous mettra en garde contre toute recherche qui permettrait d'en nier l'existence, de condamner le langage traditionnel à ce sujet ou de mettre simplement un terme à la question.

En s'adressant donc aux chrétiens désireux de savoir et de comprendre le problème « Satan »,