Entretien avec Eric Dacheux

Stéphanie Dilliere-Brooks

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/238>

DOI : [10.4000/communicationorganisation.238](https://doi.org/10.4000/communicationorganisation.238)

ISSN : 1775-3546

Éditeur

Presses universitaires de Bordeaux

Édition imprimée

Date de publication : 1 juillet 2007

Pagination : 267-273

ISSN : 1168-5549

Référence électronique

Stéphanie Dilliere-Brooks, « Entretien avec Eric Dacheux », *Communication et organisation* [En ligne], 31 | 2007, mis en ligne le 01 juillet 2010, consulté le 21 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/238> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/communicationorganisation.238>

Entretien avec Eric Dacheux

par Stéphanie Dillière-Brooks

Eric Dacheux, est professeur des universités, chercheur associé au laboratoire CNRS « communication et politique », directeur du département communication de l'université Blaise Pascal (Clermont FD), il est spécialiste de la communication politique et de l'économie solidaire. Auteur de nombreux ouvrages sur la communication associative, l'espace public et la communication politique, son dernier livre, « Comprendre le débat sur la Constitution européenne » (Publibook, 2005), décrypte les enjeux et les défis actuels dans le processus de construction européenne.

Dans cet entretien¹, il a accepté de nous livrer son analyse de la démocratie, de l'espace public national comme européen, de la communication politique, et du rôle du chercheur dans notre société.

La majeure partie de vos recherches se focalise sur l'étude des systèmes nationaux comme transnationaux, publics comme associatifs, dans lesquels la communication semble être perçue et traitée comme un mal nécessaire ou comme n'allant pas de soi, pourquoi cette orientation académique?

On peut le voir comme ça d'une certaine façon. Ce qui m'a vraiment intéressé c'est de prendre des éléments des chemins de la communication peu parcourus notamment la communication des associations, ou bien encore la communication des institutions de l'Europe. Dès ma thèse, je me suis intéressé à l'Europe, car il y avait peu d'études sur le sujet et il n'y en a pas encore assez. Ce qui m'intéressait, c'était des organisations dans lesquelles on n'a pas encore vraiment réfléchi à la communication mais qui en même temps ne peuvent exister qu'avec la communication. Car une association qu'est ce que c'est si les membres n'échangent pas, ne se rencontrent pas ? De même, dans les institutions il y a une part de communication. Ce qui m'a frappé et, c'est ce que j'ai découvert dans ma thèse, c'est que les entreprises, les associations, les institutions politiques utilisent les mêmes moyens pour communiquer dans l'espace public. J'avais trouvé cela surprenant alors que la communication est censée partir de l'identité de l'organisation. Ces structures, associations comme institutions, sont tentées par une communication d'entreprise et nient ce qui est leur force, c'est-à-dire une communication politique. J'ai

¹ Cet entretien a été enregistré et entièrement retranscrit dans le respect des propos tenus par M. Eric Dacheux.

Entretien

essayé de montrer que, quand on utilise des outils de communication d'entreprise à des fins politiques, eh bien le remède est pire que le mal. A un moment, ces structures avaient des problèmes d'identité mais disaient « c'est un problème de communication ». Cela rassurait car la communication est finalement un problème technique. Donc comme c'était un problème technique, il fallait mettre en œuvre une solution technique : le marketing. Mon travail était de dire que le marketing n'est pas positif, ni négatif, ni neutre mais il est ou pas adapté à certains objectifs. Il a des objectifs commerciaux comme la fidélisation des clients. Par contre, les objectifs des instances européennes comme celles des associations de transformation sociale est tout autre : changer le monde. Selon mon point de vue, pour changer le monde, on ne peut pas utiliser des techniques marketing de fidélisation des clients à un système.

Dans cette continuité, et au regard de votre étude de l'espace public européen, tout comme des systèmes associatifs, deux notions de la communication semblent s'opposer de façon récurrente : une communication fonctionnelle, orientée sur des résultats et souvent incarnée par une communication marketing et, de l'autre, une communication politique génératrice de débats et créatrice d'espace publics.

Pour moi, je suis enseignant en communication et j'enseigne la communication d'entreprise, donc il n'y a pas, d'un côté, une bonne communication, et de l'autre, une mauvaise communication. Selon moi, il y a une communication et des outils plus ou moins adaptés à l'identité et aux objectifs de l'organisation. Il me semble que quand on est une organisation politique, on a tout intérêt à développer des outils et une communication politique. Sauf, bien sûr, si on a des objectifs secondaires et commerciaux et là on peut tout à fait utiliser une communication plus commerciale. C'est tout indiqué notamment dans la recherche de fonds aujourd'hui. Pour moi, c'est de dire qu'il n'y a pas qu'un seul modèle de communication. Je vais à la rencontre de ce que Bernard Miège appelle l'emprise généralisée du marketing. En fait, pour moi, c'est de rappeler que la communication c'est plus compliqué que la « com ». Il n'y a pas une question de jugement *a priori* sur ce type de communication. Il y a une idée d'adaptation à l'identité et aux buts poursuivis. Il me semble normal qu'une organisation politique utilise des stratégies de communication à visée politique. C'est simple. Une des missions des chercheurs c'est d'essayer d'éclairer les acteurs et de leur rappeler que la communication est plurielle. Il y a une communication instrumentale et consensuelle, comme dirait Habermas, mais, y compris dans la

communication instrumentale, il y a différentes façons d'utiliser la communication pour parvenir à ses buts. J'ai essayé de montrer que les associations ont développé des modèles de communication beaucoup plus variés et novateurs qu'elles ne veulent bien le croire elles-mêmes. Il y a une véritable ressource et inventivité du côté de la communication associative et elles n'ont vraiment pas besoin d'aller copier ou mettre en place des méthodes provenant des entreprises, d'ailleurs méthodes souvent inadaptées. Cela est drainé un peu par les médias car, pour beaucoup, bien communiquer c'est la communication d'entreprise. La communication est beaucoup plus compliquée. Personne, ni un chercheur et encore moins un publicitaire ne peut dire : je maîtrise la communication. Il n'existe aucune recette que l'on peut appliquer comme cela partout, si simplement. Les recherches en communication ont démontré un certain nombre de savoirs : ce qui est vrai dans un contexte, ne l'est peut être pas dans un autre ; l'importance de la réception ; l'importance des outils de communication qui co-produisent le message et l'importance de la relation identité et communication. Tout mon travail est de dire que les Sciences de la Communication ont mis à jour un certain savoir et que ce savoir va à l'encontre des idées reçues. Aujourd'hui, par exemple, en management, je lisais qu'une grande banque anglaise encourage ses cadres pour qu'ils aillent manager dans des associations caritatives car c'est dans ces organisations qu'on apprend à être réactif et à faire beaucoup avec peu. C'est ce parallèle qui m'a frappé. On parle aujourd'hui beaucoup de confiance dans les entreprises : comment encourager la confiance ? Or, il n'y a pas d'association sans confiance. C'est pareil pour la mode du management par projet : finalement, qu'est-ce qu'une association sinon un management de projet.

Au niveau de l'Europe, vous mettez en avant un problème de construction d'espace public. Alors que vous privilégiez le rôle des associations d'intérêt général ou de « transformation sociale » dans l'animation de la communication politique, vous n'avez pas l'air très confiant vis-à-vis de la communication mise en place et gérée par les instances européennes elles-mêmes?

Deux choses. La première tous mes travaux disent la même chose : oui, la communication est importante mais ce qu'on appelle un problème de communication cache finalement des problèmes plus importants. Pour les associations, par exemple, il s'agit surtout d'un problème d'identité car les associations ont énormément évolué. Pour les institutions européennes, la communication n'est pas la source de

Entretien

la crise de la démocratie européenne. On a un problème politique. On a du mal à construire un espace public européen et on n'a pas d'utopie européenne. Alors, en effet, il y a eu des erreurs de stratégie de communication commises par les institutions européennes. Il se trouve que, pendant longtemps, l'Europe n'a pas communiqué. Elle a commencé à communiquer en 1986. Beaucoup de choses ont changé depuis 2004, et cela se met en place depuis que Margot Wallström est Vice-Présidente. Il y a eu un plan d'action à la Commission Européenne. Il y a eu un livre blanc qui a été publié. Premier élément, avant la communication était vue selon un modèle descendant et maintenant ils viennent de se rendre compte, dans le livre blanc, que la communication c'est avant tout l'écoute. Au niveau interne, ils essaient de mieux coordonner. Il n'y a pas un problème d'information sur l'Europe mais un problème de culture civique et on peut retrouver ça dans le livre blanc. De même, je soulignais, dans mes ouvrages, le fait que l'Europe employait des gens non formés à la communication, c'est-à-dire des fonctionnaires européens de qualité mais qui n'avaient pas cette spécialité. Or dès qu'ils étaient un peu plus à l'aise dans leur travail, ils changeaient de fonction. Là, je viens tout juste d'apprendre que, à partir de la rentrée, il y aura un concours spécial pour la communication. Depuis 2004, et, sans doute, encore plus depuis 2005 avec les Nons français et néerlandais, la communication devient de plus en plus une politique publique de la Commission Européenne. Les erreurs les plus criantes ont été gommées. Ceci dit, il reste quand même des choses surprenantes. On n'arrête pas de dire depuis Romano Prodi, c'est-à-dire 1999, qu'il faut rapprocher l'Europe des citoyens et moi, je n'arrive pas à me faire comprendre, mais cet objectif est vide de sens. Rapprocher l'Europe des citoyens toujours en terme de communication, c'est analytiquement complètement faux. L'Europe, c'est les citoyens ou alors il faut dire que l'Europe ce n'est pas nous et que l'Europe n'est pas la démocratie. Donc, rapprocher l'Europe des citoyens c'est stupide mais, par contre, créer des débats, créer un conflit intégrateur, cela me paraît beaucoup plus pertinent. Pour finir sur cette question, au niveau de l'Europe, il y a une prise en compte et une évolution qui va dans le bon sens. Deuxièmement, oui, il reste encore beaucoup à faire et troisièmement ce n'est pas la communication le plus important mais les questions politiques, l'intégration n'a pas encore été digérée. Les institutions européennes ne savent pas quelle Europe construire. On le voit bien, il n'y a plus de projet européen, plus d'utopie européenne, et on retombe sur un problème d'identité. Aujourd'hui, on ne sait pas ce qu'est l'Union Européenne en tous cas on ne sait pas ce qu'elle veut être.

Vous voulez donc dire que d'un côté, il y a un progrès mais de l'autre, des problèmes réels subsistent. Peut-on qualifier cela de crise démocratique symbolisée par le Non à la Constitution Européenne?

J'ai écrit beaucoup à ce sujet, sur les leçons du referendum. Pour moi, d'abord la démocratie européenne a progressé, car les gens ont débattu pour la première fois depuis Maastricht, les gens se sont disputés partout. Les gens se sont rendus compte de l'importance de l'Europe, qu'elle pouvait avoir une influence sur leurs vies. Pour eux, c'était la première fois. Je crois que deux millions de personnes ont lu la constitution et c'est quand même pas si mal. L'Europe est devenue concrète. Il y a eu un débat. On peut dire que la démocratie européenne a progressé, même si du coup, cela s'est traduit par une panne conjoncturelle de l'Europe politique. Mais, pour moi, ce n'est pas un problème de communication. Il ne faut pas tout ramener à un problème de communication. Il y avait un problème institutionnel. Ce Non est un problème politique, au sens où en France où il y avait des débats politiques importants, au sens où il y avait les questions d'identité nationale qui ont ressurgi et qui sont encore là.

Au regard de la mobilisation citoyenne des élections présidentielles de mai 2007, selon vous, comment ce débat politique évolue, est-ce que la crise démocratique perdure?

Franchement, je manque un peu de recul pour analyser ce qui s'est passé. C'est clair il y a eu des débats qui ont passionné les gens donc il y a eu un fort taux de participation. Mais, pour moi, la démocratie ce n'est pas que la période électorale, comme la communication politique est beaucoup plus large que la communication électorale. Ce qui compte, c'est qu'en France on continue à avoir un développement de la vie associative. Moi ce qui m'a marqué aussi, après il faut voir comment cela va se traduire car cela peut se retourner très vite, mais c'est l'idée du volontarisme politique. Effectivement, la politique c'est de faire changer les choses. On va voir si ce discours est suivi de la réalité car il peut y avoir des retours de bâtons très forts. Mais, pour l'instant, c'est ce qui m'a marqué. Il y a eu des débats, des projets même si ces projets sont restés très franco-français par rapport aux enjeux mondiaux et européens qui sont quand même très forts. Le volontarisme politique a été remis à l'ordre du jour. Mais, après la question essentielle qui reste est que nous sommes dans une démocratie où nous devons gérer les diversités culturelles. Le modèle français républicain arrive à bout de souffle, et le modèle multi-culturaliste anglo-saxon est lui aussi à bout de souffle ; or évidemment

Entretien

les uns et les autres copient et s'inspirent les uns des autres mais il faut créer un nouveau modèle. C'est pour cela que l'Europe avec l'interculturalisme propose quelque chose d'intéressant, même s'il y a d'autres perspectives. Comment nouer des liens égalitaires entre altérité et radical, c'est la question clef de la démocratie pour moi. Or, aujourd'hui ces altérités sont plus radicales donc, du coup, la communication comme la démocratie sont confrontées à des défis nouveaux. Ce ne sont pas forcément des défis communicationnels même si il y a forcément un volet communicationnel car les industries de la communication tirent la croissance et que nous vivons tous sous le regard des autres, parce qu'internet est un moyen de rencontre des uns et des autres, car le téléphone portable et internet complexifient le jeu politique. Tout cela ajoute des outils, des palettes, des contraintes, et des opportunités. En même temps, en terme d'analyse de la communication politique, on est dans une période passionnante pour l'analyste, une période un peu troublante pour le citoyen mais passionnante pour l'analyste. On voit que les lignes bougent, on a vu avec les élections comment les partis pouvaient bouger. On a vu des recompositions avec l'Europe, avec le Gouvernement Sarkozy c'est pareil. Il y a des recompositions en cours. Il y a un effort pour essayer de s'adapter, d'évoluer. On se rend compte que la démocratie au 21^{ème} siècle n'est plus du tout celle du 19^{ème} siècle et du coup on cherche à inventer de nouvelles modalités de démocratie. C'est à la fois passionnant et en même temps dangereux car la démocratie est fragile, on le voit avec la montée de l'extrême droite. On voit cette fragilité, comment se gérer soi-même, comment mieux vivre ensemble et cela peut déboucher sur de nouvelles formes de démocratie ou alors tout simplement sa fin.

Est-ce que cette réflexion sur l'évolution de la démocratie est au centre de vos travaux actuels ?

Oui, je travaille sur un objet concret qui s'appelle aujourd'hui l'économie solidaire. Cela m'intéresse car contrairement à Habermas, je ne pense pas que l'on puisse comprendre la démocratie ou la communication politique aujourd'hui, et le référendum de l'Europe en est un exemple d'ailleurs, sans s'intéresser à l'économie. Les entreprises, on le voit avec le MEDEF, deviennent de plus en plus des acteurs dans l'espace public. Mais, on le voit aussi car des associations se mobilisent de plus en plus pour ou contre un modèle économique. Mais, moi ce qui m'intéresse, c'est cette économie solidaire qui représente cette alliance entre le politique et l'économique. C'est un terrain pour analyser ces relations. Moi, je plaide effectivement pour le renouveau d'une économie politique,

Entretien

pour qu'on arrête la dichotomie entre sciences économiques et sciences politiques. Qu'on arrive à penser autrement sur le terrain empirique. Sur le terrain analytique, ce qui m'intéresse aujourd'hui c'est l'étude du lien social, son évolution dans nos démocraties pluriculturelles. Pour moi, très influencé par Lefort et Castoriadis, les démocraties c'est un type de lien social particulier. Au niveau théorique, ce qui m'intéresse c'est de voir l'évolution du lien social dans les sociétés démocratiques, et mon terrain de recherche c'est l'économie solidaire même si je continue à garder un œil sur les questions des institutions européennes.