

Guerre cognitive : la mise à profit de l'incommunication

Cognitive warfare: Taking advantage of incommunication

Benoit Le Blanc¹

¹ École Nationale Supérieure de Cognitique - IMS UMR-5218 CNRS–UB–Bordeaux-INP - Bordeaux (France)

RÉSUMÉ. La communication humaine se heurte très souvent à de l'incommunication. Le récepteur n'est pas toujours en phase, ni disponible pour converser, ni même disposé à écouter, et c'est l'incommunication qui s'installe. Mais avec les nouveaux outils techniques dédiés à la communication, il devient possible d'engendrer volontairement des situations d'incommunication. Pour sortir de cette situation, les études sur la communication nous indiquent deux solutions : laisser au récepteur un temps entre son information et sa communication, ou bien proposer à l'émetteur un espace de négociation. Nous voyons là deux pistes à explorer pour contrer des attaques de type « guerre cognitive ».

ABSTRACT. Human communication very often comes up against incommunication. The receiver is not always in sync, nor available to converse, or willing to listen, and incommunication sets in. But with the new technical tools dedicated to communication, it is becoming possible to voluntarily create situations of incommunication. To get out of this situation, studies on communication point to two solutions: allowing the receiver time between information and communication, or offering the sender a space for negotiation. These are two avenues we can explore to counter attacks of the "cognitive war" type.

MOTS-CLÉS. Communication, Incommunication, Information, récepteur, émetteur, technologies de l'information et de la communication (TIC).

KEYWORDS. Communication, Incommunication, Information, receiver, transmitter, information and communication technologies (ICT).

Introduction

La communication est une caractéristique naturelle et fondamentale chez l'être humain [WOL 09]. On en trouve aussi des formes variées dans tout le monde animal, de façons diverses entre reptiles, oiseaux ou mammifères, mais aucun animal ne semble pouvoir disposer de véritable langage pour exprimer et partager des idées comme le font les humains [CHA 09]. Chaque être humain développe une capacité langagière mise à profit au sein de son groupe social, et cultive à sa façon plus ou moins de compétences rhétoriques [GRO 82]. Séduire, enseigner, commercer, éduquer... sont autant d'actions qui requièrent un contact avec autrui, et se basent sur la communication.

A l'époque actuelle où la plupart des conversations entre humains passent maintenant par des outils numériques, on peut se demander qu'est-ce qui a été véritablement gagné grâce à ces outils ? La communication a-t-elle été multipliée ou bien s'est-elle appauvrie ? La communication est-elle toujours entre les mains de l'émetteur ou bien s'en est-il fait déposséder par ceux qui maîtrisent ces outils ? La communication dispose-t-elle encore de tous les potentiels du langage humain ou bien devient-elle auto-limitée au langage disponible dans le canal proposé par l'outil ?

Nous procédons à une analyse de ces questions en trois temps : réfléchir à ce que sont ces outils de communication, réfléchir aux situations générées et qui s'apparentent à de l'incommunication, réfléchir aux conséquences subies et qui peuvent s'assimiler à des résultats d'attaques cognitives.

1. Réfléchir aux outils techniques encadrant la communication

Le développement rapide et massif des technologies de l'information a conduit à assimiler un peu trop vite la communication à l'information. La fascination opérée par les prouesses de communication usant d'outils de traitement de l'information a induit l'idée que tout problème de communication trouvera bientôt sa solution dans un nouvel outil d'information. Certains en viennent déjà à préférer la communication véhiculée par la technologie, à la communication directe en face-à-face... Pourtant

l'information ne peut mener qu'à de l'interaction, là où la communication permet une véritable relation, un véritable échange. La force de cet échange est justement de pouvoir séduire, enseigner, commercer, éduquer, car l'échange autorise la réciprocité de la communication, la capacité à questionner, à réfléchir et participer à l'avancée d'une discussion [SCH 18].

L'apparition puis la généralisation des médias (la presse, la radio, la télévision, et désormais les sites web et les applications sur téléphones mobiles) a construit une capacité d'informer un public toujours plus vaste, avec des outils de production plus rapide et des outils de diffusion plus massive. Grâce aux nouvelles technologies, des modalités d'interactions ont pu être mises en place entre les médias de masse et leurs publics. Si quelques lecteurs, auditeurs, téléspectateurs ou internautes peuvent effectivement entrer en contact et communiquer avec des rédacteurs, journalistes ou animateurs, l'essentiel du public reçoit l'information et doit se contenter de la réaction des autres (courrier des lecteurs, passage à l'antenne d'auditeurs, invitation de téléspectateurs), sans pouvoir émettre ses propres questions et surtout sans recevoir des réponses appropriées à son cheminement mental. Avec les médias traditionnels, l'information se reçoit par un canal et ne peut être discutée qu'ailleurs, qu'après.

Internet et son couplage à la téléphonie mobile ont offert d'intéressantes capacités d'interaction. Entre la réception d'une information par un canal, et la discussion de ce que cela nous inspire, le temps écoulé s'est tellement amenuisé que les deux actions semblent être devenues simultanées. Pourtant ces outils technologiques nous cachent l'essentiel. L'interaction reste rivée au message et se déroule de façon asynchrone ; même si la temporalité est très rapide, l'interlocuteur n'est pas là. Ce qui est requis dans la communication ne l'est pas dans l'information : informer n'est pas communiquer. Le téléphone peut prétendre à une mise en communication à distance et à l'installation d'une relation avec son interlocuteur ; une application sur téléphone mobile ne permet qu'une interaction, c'est-à-dire un échange asynchrone de messages, sans véritable mise en relation des personnes.

Avec ou sans tous ces outils, la *communication* humaine n'aboutit pas pour autant à chaque fois. Très souvent le récepteur n'écoute pas, pense à autre chose, garde le silence ou même parfois s'en va. C'est alors une *incommunication* qui s'installe, génératrice de malentendus, de désaccords, d'interprétations de part et d'autre. La conséquence en est très souvent une phase d'*acomcommunication*, dont la sortie ne peut se faire que par une négociation. Ce triptyque communication / incommunication / acomcommunication est décrit dans trois livres de Dominique Wolton : *Informer n'est pas communiquer* [WOL 09], *Communiquer c'est négocier* [WOL 22] et *Penser l'incommunication* [WOL 24].

En France, les études et les recherches académiques sur la communication se font au sein de la « 71^e section » du Conseil national des universités (CNU), celle des sciences de l'information et de la communication. La vision technique de la communication y est dominante et peu de chercheurs s'aventurent à poser et structurer une vision critique du numérique. Parler des enjeux du numérique se fait soit en idéalisant les apports de telle ou telle technique venant combler un manque actuel, soit en exacerbant les dangers encourus par la population tout entière en train de s'aliéner ou de perdre ses facultés mentales. C'est pourquoi ce thème de l'incommunication ouvre une perspective médiane dans ce domaine scientifique, pour peu que l'on nomme correctement les choses et que l'on prenne le temps de décomposer les mécanismes en jeu, sur le plan de l'individu (la cognition), de la société (la politique) et des relations (la communication). C'est sur cette orientation théorique de l'incommunication que repose la revue *Hermès* du CNRS, depuis 1988 et dans une approche interdisciplinaire abordant la cognition, la communication et la politique [VAL 18].

2. Désigner l'incommunication

Le milieu scientifique ne peut pas se satisfaire d'une analyse de la communication qui se ferait à travers le seul axe de l'installation ou du maintien de la circulation des informations. Cet axe focalise l'attention sur les outils technologiques mais surtout ne peut en donner qu'une vision positive, celle de la création d'un *continuum* de communication rendu universel : pouvoir communiquer avec n'importe qui, se trouvant à n'importe quel endroit du monde, et à n'importe quel moment. L'incommunication

existe et persiste, malgré le recours massif à des outils de communication. Par la nature des situations qu'ils engendrent, ces outils sont même un facteur potentiel de création d'incommunication.

De surcroît, la technologie véhicule toujours une image de modernité et d'ouverture à des plaisirs nouveaux. C'est pourquoi elle serait bien plus accessible aux jeunes générations. En matière de technologies du numérique, les jeunes disposeraient de compétences et d'une dextérité propre à leur génération. Les jeunes seraient ainsi dotés d'une soif innée, spontanée et irrésistible de savoir et de connaissance ; Internet serait construit en tant qu'outil gratuit, direct et instantané d'accès à cette connaissance [LAR 17]. Bien évidemment, il n'en est rien. Les jeunes ne sont ni plus, ni moins crédules que leurs aînés.

La communication qui passe par les outils technologiques conduit à une triple illusion [SAD 18]. *Illusion de liberté* : la liberté de s'adresser à qui on veut, à n'importe quel moment, devient très vite une nécessité sous peine de ne plus appartenir au groupe. Un réseau social numérique n'existe que parce que les gens communiquent ; si on ne communique plus, on sort du groupe. *Illusion d'égalité* : l'égalité de parole sur un réseau social numérique, quel que soit votre niveau d'éducation ou de culture, pousse à croire que tout avis est censé être entendu par tous et valoir autant que tout autre avis publié par ailleurs. *Illusion de fraternité* : des centaines, des milliers ou même des millions de personnes pourraient être vos amis ; certains en sont convaincus [SAD 18].

Que sont donc devenus ces groupes sociaux, professionnels, générationnels, ou familiaux, destinés à permettre à tout un chacun de discuter les informations reçues et façonner ses connaissances sur le monde qui l'environne ? Avant, les gens communiquaient pour dire quelque chose ; maintenant, l'important n'est plus dans ce que l'on a à dire, mais dans le fait même de s'exprimer, tout simplement. Il faut être en communication, il faut communiquer. Plus personne ne suspend son avis, chacun le donne, immédiatement.

Différences de points de vue, différences d'appréciations, différences d'opinion... Tout se clame, tout s'étale, tout se revendique sur les réseaux numériques. La liberté d'expression est vue par beaucoup comme l'expression libérée. Mais que se passe-t-il quand l'expression n'est que pressions ou menaces, et que la communication devient haine... Certains analystes voient déjà de fortes bipolarisations installées un peu partout, attisées ou mises à profit par des mafias, des séparatistes ou simplement des opportunistes, tant en économie qu'en politique [JEA 24]. Le monde qui vient, change à une vitesse vertigineuse et les points de repère doivent se multiplier pour conserver une vision claire sur ce qui se passe [STA 24].

Ainsi, produire de l'information en échanger ou y accéder ne suffit plus à communiquer.

« Pour communiquer, et ainsi pouvoir partager ce que l'on a en commun, il nous faut accepter les différences qui nous séparent. C'est pourquoi la communication devient une des grandes questions de la paix et de la guerre de demain » (Wolton, *Penser l'incommunication*, 2024) [WOL 24].

Dans toute communication il y a des difficultés à se faire comprendre, à écouter l'autre, ou à partager quelque chose. S'installe alors un temps entre l'émission du message et sa véritable prise en compte par le récepteur. L'incommunication correspond à ce temps suspendu, et ce temps peut durer parfois des années.

« L'incommunication n'est donc pas l'obstacle à la communication, mais sa condition même, au sens où elle oblige à négocier » (Wolton, *Penser l'incommunication*, 2024) [WOL 24].

Pour rétablir la communication, la première chose à faire est de distinguer information et communication ; différenciation que chacun peut apprécier au cours de sa vie, dans ses expériences professionnelles, amoureuses, amicales ou familiales. La deuxième chose à faire est de reconnaître

l'existence de l'incommunication ; situation installée par le récepteur. La troisième chose à faire est de s'obliger à une négociation ; démarche que l'on devrait tous adopter si l'on prenait véritablement en compte autrui et son altérité.

3. Résister à la guerre cognitive

Il est ainsi possible d'assimiler les réseaux sociaux numériques à de formidables vecteurs d'incommunications. La communication qui s'y déroule n'est en fait qu'une série d'interactions, car l'accent est mis sur les messages et non pas sur la relation. D'ailleurs, il ne peut en être autrement pour toute communication médiée par la technologie ; une véritable communication humaine nécessite à un moment ou à un autre un échange direct entre individus.

La maîtrise de ces réseaux, des profils qui s'y côtoient et des codes de communication qui s'y opèrent, devient alors un atout pour appuyer sur les points faibles et saper la communication. De « fournisseurs de communication », les réseaux sociaux numériques deviendraient pour certains des « pourvoyeurs d'incommunication ». La raison en est double. D'une part chacun a constamment quelque chose de nouveau à dire, le temps nécessaire à la négociation n'existe donc plus. D'autre part chacun est constamment entouré de ses mêmes, l'espace nécessaire à la mise en perspective n'existe pas non plus.

Puisque les études académiques nous montrent que l'incommunication trouve sa porte de sortie dans la négociation, empêcher cette négociation laisse la personne dans une perpétuelle incommunication. On le voit, les réseaux sociaux numériques, loin d'apporter des solutions de communication aux individus, en viennent à amplifier les situations d'incommunication, par la non reconnaissance de la volonté du récepteur, par l'instantanéité de l'interaction, et par l'assimilation de la communication à un simple échange d'information. Employer des émojis, c'est ne pas reconnaître toute la finesse que le langage est en capacité d'exprimer sur les émotions. S'attacher aux protocoles d'échange, c'est considérer qu'un « lu » vaut pour une véritable lecture et une assimilation du message. On pourrait multiplier ces exemples, ils témoignent que la mise à distance du récepteur ne facilite en rien la communication et rend plus difficile l'établissement d'une négociation.

Il nous apparaît même tout à fait vraisemblable de voir dans les réseaux sociaux numériques une porte d'entrée dans l'organisation d'une incommunication systématique. Premièrement, en saturant d'information un individu et en le coupant des personnes pouvant venir discuter de ses idées, on bloque cet individu dans l'avancée de ses pensées. Il devient un bon client pour le « prêt-à-penser ». Deuxièmement, en déjouant les alliances, on s'oppose aux points d'appui dont pourrait disposer cet individu autour de lui. Pour saper les alliances, on peut chercher à morceler les ententes naturelles par exemple en distillant de la méfiance de proximité ou bien en installant une sur-confiance dans le réseau. Dès lors que la méfiance est installée, la négociation et donc la communication ne peuvent plus avoir lieu.

Pour résister à cet enfermement par et dans le réseau, il faut permettre à tout un chacun de prendre la mesure de ce que le réseau ne permet plus de faire. C'est en accentuant les argumentations à l'excès, beaucoup plus qu'en cherchant à révéler des contradictions, que l'on pourra provoquer cette prise de conscience de ce que fait la communication en réseau numérique. Le cœur du sujet est de pouvoir envisager, désigner et finalement affronter l'incommunication.

Conclusion

Comme cela a été exposé, les outils de communication favorisent l'incommunication. Cette incommunication peut même être orchestrée par des acteurs présents sur les réseaux numériques. Pour lutter contre de telles mises en place, il faut tout d'abord reconnaître ces situations où le *tempo* presse chacun à s'exprimer et où les interactions ne font qu'amplifier le propos sans rentrer en capacité de le discuter. La solution à cet enfermement viendra alors de pistes proposant aux récepteurs un temps

d'assimilation de l'information, et un espace de négociation pour discuter des différents points de vue possibles. C'est par le rétablissement de la communication humaine que l'on trouvera des protections contre les stratégies d'influence rendues possibles dans les réseaux numériques. Discuter avec la personne à côté de vous, surtout si elle vous est inconnue, et prendre le temps de cette discussion, constitue un début : la vie est comme une boîte de chocolats, on ne sait jamais sur quoi on va tomber.

Présentation de l'auteur

Benoît Le Blanc est informaticien, spécialiste d'intelligence artificielle, professeur des universités – Institut Polytechnique de Bordeaux (Bordeaux INP), directeur de l'École Nationale Supérieure de Cognitique (ENSC), chercheur à l'unité mixte de recherche IMS (UMR-5218 CNRS - Université de Bordeaux - Bordeaux INP) – Bordeaux.

Les propos tenus dans cet article et les thèses qui y sont soutenues sont publiés sous la seule responsabilité de l'auteur, et n'engagent ni son institution d'appartenance, ni la revue qui les publie.

Bibliographie

- [CHA 09] CHAPOUTHIER G., “Le statut philosophique de l'animal : ni homme, ni objet”, *Le carnet PSY*, vol.8, n°139, pp.23-25, 2009.
- [GRO 82] DUBOIS J., EDELINE F., KLINKENBERG J-M., MINGUET P., PIRE F., TRINON H., *Groupe μ - Rhétorique générale*, Paris (FR): Seuil, 1982.
- [JEA 24] JEANBRUN V., *Les deux France*, Paris (FR): Albin Michel, 2024.
- [LAR 17] LARDELLIER P., “"Y" et digital natives, faux concepts et vrais slogans. Une lecture critique de deux "ressources sûres" de la doxa numérique”, *Hermès*, vol.2, n°78, pp.151-158, 2017.
- [SAD 18] SADEK D., “ L'avenir de la communication (médiée) inter-humaine ”, *Hermès*, vol.3, n°82, pp.227-231, 2018.
- [SCH 18] SCHAFER V., “ Le numérique, un enjeu de communication ”, *Hermès*, vol.1, n°80, pp.122-126, 2018.
- [STA 24] STANDAGE T. (ed.), *The World Ahead 2024*, Special issue, *The Economist*, n°20231118, November 16th 2023. Traduction française : *Le monde qui vient 2024*, Numéro spécial, *Challenges*, n°812, 11 janvier 2024, pp.51-115.
- [VAL 18] VALADE B., “ Hermès, les travaux et les jours ”, *Hermès*, vol.1, n°80, pp.16-22, 2018.
- [WOL 09] WOLTON D., *Informer n'est pas communiquer*, Paris (FR): CNRS éditions, 2009.
- [WOL 22] WOLTON D., *Communiquer, c'est négocier*, Paris (FR): CNRS éditions, 2022.
- [WOL 24] WOLTON D., *Penser l'incommunication*, Bordeaux (FR): Editions Le bord de l'eau, 2024.