Culture&Communication

Aurélia Dumas
et Fabienne Martin-Juchat

Les communications affectives en organisations

Licence **Master Doctorat**

deboeck SUPÉRIEUR

Les communications affectives en organisations

Culture&Communication

AGEE Warren K. et al., *Introduction aux communications de masse*
APPEL Violaine, BOULANGER Hélène, MASSOU Luc, *Les dispositifs d'information et de communication. Concept, usages et objets*
AUGÉ Étienne F., *Petit traité de propagande à l'usage de ceux qui la subissent* (2e édition)
BANQUE MONDIALE, *Le droit d'informer. Le rôle des médias dans le développement économique.*
BERMEJO BERROS Jésús, *Génération Télévision. La relation controversée de l'enfant avec la télévision*
BEYAERT-GESLIN Anne, *Sémiotique du portrait. De Dibutade au selfie*
BONVILLE (de) Jean, *L'analyse du contenu des médias. De la problématique au traitement statistique*
BURGER Marcel, JACQUIN Jérôme, MICHELI Raphaël (dir.), *La parole politique en confrontation dans les médias*
CARAYOL Valérie et LABORDE Aurélie (dir.), *Incivilités numériques. Quand les pratiques numériques reconfigurent les formes de civilité au travail*
COURTÉS Joseph, *Du lisible au visible. Analyse sémiotique d'une nouvelle de Maupassant, d'une bande dessinée de B. Rabier*
DESTERBECQ Joëlle, *La peopolisation politique. Analyse en Belgique, France et Grande-Bretagne*
DUMAS Aurélia et MARTIN-JUCHAT Fabienne, *Les communications affectives en organisations*
EVERAERT-DESMEDT Nicole, *Interpréter l'art contemporain*
EVERAERT-DESMEDT Nicole, *Sémiotique du récit* (3e édition)
GALLI David et RENUCCI Franck (dir.), *Pharmaphone : la voix des adolescents*
GARVEY Daniel E. et RIVERS William L., *L'information radiotélévisée. Principes - exemples - applications*
GERGELY Thomas, *Information et persuasion. 2. Écrire* (2e édition)
HARLÉ Mélusine, *Attentats et télévision. Paroles et images*
HELBO André (dir.), *Performance et savoirs*
KLINKENBERG Jean-Marie, *Précis de sémiotique générale*
LOHISSE Jean, *L'homme et le cyborg*
LOHISSE Jean, PATRIARCHE Geoffroy et KLEIN Annabelle, *La communication. De la transmission à la relation* (4e édition)
MARTIN-JUCHAT Fabienne, *Le corps et les médias. La chair éprouvée par les médias et les espaces sociaux*
MERMINOD Gilles, *Histoire d'une nouvelle. Pratiques narratives en salle de rédaction*
MEUNIER Jean-Pierre, *Approches systémiques de la communication. Systémisme, mimétisme, cognition*
MEUNIER Jean-Pierre et PEREYA Daniel, *Introduction aux théories de la communication* (3e édition)
NYSENHOLC Adolphe et GERGELY Thomas, *Information et persuasion. 1. Argumenter* (2e édition)
PERUSSET Alain, *Sémiotique des formes de vie. Monde de sens, manières d'être*
RINN Michael, *Les discours sociaux contre le sida. Rhétorique de la communication publique*
RONSSE Jean-Michel, *Mediamarketing. L'influence des media sur la consommation*
STREKER Stephan, *Gainsbourg. Portrait d'un artiste en trompe-l'œil*
THOVERON Gabriel, *La communication politique aujourd'hui*
VIALLON Philippe et GARDÈRE Elizabeth, *Médias dits sociaux ou médias dissociants ?*
WINKIN Yves, *Anthropologie de la communication. De la théorie au terrain*

Culture&Communication

Aurélia Dumas
et Fabienne Martin-Juchat

Les communications affectives en organisations

Licence **Master Doctorat**

deboeck SUPÉRIEUR

Cet ouvrage n'aurait pu paraître sans le soutien des laboratoires
Communication et Sociétés (Université Clermont Auvergne)
et GRESEC (Université Grenoble Alpes).

Pour toute information sur notre fonds et les nouveautés dans votre domaine de spécialisation, consultez notre site web : **www.deboecksuperieur.com**

Maquette de couverture : Cerise.be
Mise en page : Nord Compo

© De Boeck Supérieur s.a., 2022
Rue du Bosquet, 7 – B-1348 Louvain-la-Neuve

Tous droits réservés pour tous pays.
Il est interdit, sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, de reproduire (notamment par photocopie) partiellement ou totalement le présent ouvrage, de le stocker dans une banque de données ou de le communiquer au public, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit.

1re édition

Dépôt légal :
Bibliothèque nationale, Paris : décembre 2022
Bibliothèque royale de Belgique, Bruxelles : 2022/13647/153 ISBN 978-2-8073-4085-5

Sommaire

Préface 7

Remerciements 9

Introduction 11

PARTIE 1 LA CONSTRUCTION SOCIO-CULTURELLE DES AFFECTS 17

Chapitre 1 De l'étude de l'affectivité : quelques points de repère 19

Chapitre 2 Les enjeux du « capitalisme affectif » : quels gouvernements affectifs ? 43

Chapitre 3 Les affects : objets de recherche communicationnels 65

PARTIE 2 POUR UNE APPROCHE COMMUNICATIONNELLE DES AFFECTS EN ORGANISATIONS 81

Chapitre 4 Penser la communication en organisations comme communication affective 85

Chapitre 5 Comprendre une organisation par l'étude de ses communications affectives 133

Conclusion 187

Bibliographie 191

Annexe 211

Table des figures 213

Table des matières 214

Préface

Voilà un ouvrage ambitieux, utile et exigeant pour ses lecteurs.

Cet ouvrage est au cœur d'un courant de recherche, en sciences sociales et en sciences de l'information et de la communication, qui s'intéresse aux émotions, et ici à la communication affective.

C'est pourquoi il propose un renouvellement de perspectives pour analyser les pratiques communicationnelles « en organisation ». Ce renouvellement demande de nombreuses lectures qui n'étaient pas jusqu'ici forcément dans la culture des chercheurs en « communications organisationnelles » : l'analyse des transformations de la modernité actuelle, dans la lignée de Norbert Elias, l'analyse du « capitalisme affectif » ou plus récemment, avec les ouvrages d'Eva Illouz liée à l'École de Francfort ; et encore l'analyse sociologique de Arlie Hochschild du « travail émotionnel » que nous faisons à la maison ou au travail…

Ce renouvellement est ainsi appuyé sur une analyse des émotions comme construites socialement, et ne relevant pas de « l'intime », mais il donne une part nouvelle et importante à la place du corps dans la communication, ce que les travaux antérieurs de Fabienne Martin-Juchat avaient déjà analysé, comme dans le récent *L'aventure du corps. La communication corporelle une voie pour l'émancipation.*

Or cet ouvrage propose de reprendre ces perspectives pour penser les communications des organisations et dans les organisations et s'adresse donc plus précisément aux chercheurs explorant les transformations actuelles de nombreuses organisations et de leurs différents « managements ».

Cet ouvrage se lira donc comme un *handbook* qui reprend de manière savante les points nécessaires au renouvellement de perspective souhaité, mais qui cherche aussi à mettre au jour les implications en termes méthodologiques dès lors qu'il s'agit d'observer et d'analyser les corps affectés et affectants,

notamment en contexte de travail, leurs mises en scène, mais aussi la manière dont les communications institutionnelles souhaitent que les corps s'engagent, et encore la manière dont les managers sont eux aussi confrontés à de nouvelles cultures, aussi bien dans leurs sollicitations des autres (avec les questions anciennes de la santé au travail, des risques pour les corps et la santé psychique des salariés) que dans leurs manières d'incarner, à leur place, comme femmes et comme hommes, le management.

C'est pourquoi ce *handbook* prend la peine de questionner les approches sémiologiques : quelles sémiologies sont nécessaires pour analyser les codes actuels présents dans nombre de supports communicationnels dans les organisations ; comment s'approcher des affects, ceux qui sont dits, montrés, représentés, mais aussi cachés ; comment s'approcher de ce que les corps affectés et pouvant chercher à être affectants, produisent dans les univers de travail par les communications.

Pour explorer la « gageure », comme le disent les auteurs, d'observer et d'analyser de manière compréhensive et collaborative les affects et la communication affective en milieu de travail, l'ouvrage explicite les méthodes souhaitables et revient sur le « rapport au terrain », à la fois en termes de construction acceptée d'une recherche explorant la vie des gens et les affects engagés au travail, et en termes de co-construction de l'intelligence des situations et des mots pour parler des situations où les affects sont en jeu et au travail. Il propose des conseils, fourmille d'aide à la lecture par des récapitulatifs, des encadrés, des schémas. Il sera ainsi utile aux jeunes chercheurs, et il réalise ici un travail considérable pour ouvrir nombre de discussions en communications organisationnelles.

Pierre Delcambre,
Professeur émérite en Sciences
de l'Information et de la Communication,
Gériico, Université de Lille

Remerciements

Nous tenons à remercier sincèrement nos laboratoires de recherche, le laboratoire Communication et Sociétés de l'Université Clermont Auvergne et le laboratoire GRESEC de l'Université Grenoble Alpes, ainsi que leurs membres qui nous ont apporté leur soutien dans la publication de cet ouvrage.

Nous souhaitons également remercier vivement la communauté des enseignant.es et chercheur.e.s du groupe de recherches sur les Communications Organisationnelles, Org&Co, et tout particulièrement l'équipe qui a fondé ce collectif. Dès 1994, la bienveillance et l'accueil, la richesse des échanges ainsi que le courage intellectuel à considérer les organisations comme des espaces centraux de la construction du social nous ont permis de construire et d'affiner notre approche qui dépasse le cadre de l'organisation instituée et entend s'appliquer à tout type de contextes organisationnels. À ce titre, nous témoignons notre profonde gratitude à tous nos collègues et amis qui se reconnaîtront ici : grâce à la richesse de nos échanges, ils nous ont accompagné dans la conceptualisation des dimensions tacites, invisibles des espaces communicationnels, dans des contextes socio-culturels et socio-politiques variés.

Nos remerciements se dirigent aussi vers celles et ceux qui ont accepté de nous ouvrir les portes de leurs organisations, afin de nous raconter et de nous donner à voir « la vie » affective organisationnelle qui participe de leur quotidien. Merci pour tous ces temps d'échanges et de réflexions partagés autour des affects et des organisations.

Enfin, Pierre Delcambre, un manuscrit à lire un été de canicule, un grand merci à toi pour ton précieux soutien et ton regard à la fois exigeant et bienveillant.

Introduction

Cet ouvrage[1] a pour objectif de fournir des outils théoriques et méthodologiques spécifiques pour analyser la façon dont les affects sont communiqués dans les organisations ou dans des collectifs organisés afin d'agir ou de faire agir. Les affects, ou communément nommés les émotions, bénéficient aujourd'hui d'un intérêt croissant, ainsi que l'atteste le nombre grandissant de publications notamment scientifiques sur le sujet. Pourtant, comme nous le verrons, cela n'a pas toujours été le cas. Longtemps exclus de la recherche scientifique ou perçus comme un objet mineur, les affects ont été rangés du côté de l'irrationalité et déconsidérés notamment du fait de leur caractère jugé incontrôlable donc non souhaitable, non désirable. Cette désaffection qu'ont connue les affects peut également s'expliquer par la complexité d'approche d'un tel objet d'étude. L'appréhension aussi bien que l'étude des affects constituent une véritable gageure d'un point de vue méthodologique (ce qui peut aussi expliquer le regain d'intérêt actuel pour cet objet de recherche). Difficilement verbalisables ou encore observables, les affects font figure d'insaisissable et représentent un défi d'ordre méthodologique. Or, tel est bien l'ambition de cet ouvrage : proposer un cadre conceptuel dont les implications d'un point de vue de la méthode de recherche à emprunter constituent des pistes méthodologiques que nous souhaitons ici mettre au jour.

1. Cet ouvrage est issu d'une partie de la thèse d'Aurélia Dumas menée sous la direction de Fabienne Martin-Juchat. Cette recherche doctorale a été récompensée par le Prix de thèse 2017 de l'école doctorale Langues, Littératures et Sciences Humaines de l'Université Grenoble Alpes (UGA). L'approche communicationnelle des émotions dans les organisations développée (Dumas et Martin-Juchat, 2016) a été amenée, au fil de nos discussions, de nos réflexions et de nos recherches, à s'affiner et à s'enrichir en une approche communicationnelle des affects en organisations que nous présentons au sein de cet ouvrage.

En appui des apports des sciences de l'information et de la communication (SIC), nous proposons une approche qui soit communicationnelle des affects en organisations, permettant ainsi leur analyse. Par organisation, nous faisons tout d'abord référence aux multiples entités regroupées sous ce terme, qu'il s'agisse des entreprises, des administrations, des services publics, des collectivités locales, des associations, des institutions culturelles, etc. L'organisation est à comprendre non seulement en tant qu'entité formalisée dotée d'une réalité juridique, mais aussi en tant que processus de construction sociale, symbolique et donc actionnelle (Bouillon, 2013 ; Le Moënne, 2008). Les organisations apparaissent comme un terrain d'étude privilégié dans la mesure où, là encore, les affects ont longtemps été tenus à distance, voire prohibés, le monde du travail notamment se représentant comme un espace où s'exercent la rationalité et le contrôle. Ce n'est que progressivement (et dans une certaine mesure) que la subjectivité des employés, et avec elle leurs émotions, vont être prises en compte au sein de la sphère professionnelle, notamment à la faveur d'un vaste mouvement de subjectivation du travail (Le Goff, 2015). Mais comme nous le verrons, la demande d'engagement subjectif des individus au travail ne vaut pas pour prise en compte de leurs vécus affectifs : les affects se trouvent au cœur de dynamiques complexes de régulations et de rationalisations organisationnelles, d'instrumentalisation mais aussi de volonté de résistance et/ou de quête d'émancipation en réponse à des logiques de contraintes et d'auto-contraintes, de sollicitation et de répression, qui animent toutes les formes organisationnelles qu'elles soient pérennes ou non. Au-delà, l'approche communicationnelle des affects que nous construisons ici entend également s'intéresser aux organisations moins formelles et formalisées, moins pérennes aussi parfois, relevant du réseau, de la communauté ou encore du collectif organisé.

L'ouvrage se compose de deux parties : dans la première partie, qui comprend trois chapitres, nous nous attachons à **poser un regard anthropologique et socio-culturel en vue d'éclairer la construction de l'affectivité**, ce qui constitue le socle de notre approche communicationnelle des affects en organisations.

Au sein de cette première partie, **le chapitre 1** œuvre à la construction d'un cadre conceptuel de référence pour étudier les affects au service de dynamiques organisantes et organisationnelles, éclairage nécessaire tant les ancrages disciplinaires et les approches se révèlent pluriels et bien souvent divergents. À cet égard, sans embrasser l'ensemble de ces multiples travaux, nous retraçons, au sein de l'histoire des idées et des sciences, les repères qui nous ont été utiles dans l'élaboration de notre réflexion. Il s'agit notamment d'expliciter la manière dont ont été façonnés, discutés, déconstruits ou encore maintenus :

– les différences terminologiques qui peuvent exister entre passions/émotions/affects,

- les dualismes entre émotion/raison, corps/esprit, nature/culture et individu/société,
- les problématiques situées au cœur d'une conceptualisation des affects.

De l'élaboration des normes émotionnelles au développement de cultures affectives, il est question de penser les affects dans des composantes sociales, culturelles, alors même que l'affectivité renvoie encore trop souvent, dans les représentations, à ce qui touche à l'individuel et à l'intime. Il s'agit donc bien ici de réaffirmer le caractère hautement socio-culturel de la construction des affects.

Suivant ces perspectives, **le chapitre 2** traite des dynamiques émotionnelles contemporaines, œuvrant ici comme cadre contextuel de notre travail de recherche. Il entend éclairer les logiques et les pratiques sociales actuelles en miroir d'une nouvelle économie de l'affectivité, dont les ressorts et les traces se retrouvent également dans le cadre de la vie organisationnelle et professionnelle structurée par la communication. Partant du double constat, en apparence paradoxal, du mouvement de rationalisation des affects, constitutif de la modernité et d'une valorisation sociale de certaines émotions et de leurs expressions, nous tentons de mettre au jour les enjeux socio-économiques et socio-politiques qu'un tel « régime émotionnel » (Reddy, [2001], 2006) recouvre au regard de la notion de « capitalisme affectif ». Dans ce prolongement, nous nous intéressons, dans ce second chapitre, à la question de l'assignation des expressions des émotions au travail, en nous interrogeant à la fois sur la place mais aussi le rôle qui sont attribués aux affects dans le monde professionnel. Il nous apparaît que la sphère professionnelle entretient un rapport complexe aux émotions également placé sous le signe du paradoxe et de l'ambivalence : entre valorisation, instrumentalisation et neutralisation de certaines expressions des affects, dont il nous importe, là encore, de percevoir les enjeux ainsi que les implications, et ce, notamment à l'échelle du salarié. En outre, il s'agit dans ce chapitre d'attester de l'importance de l'affectivité dans les pratiques communicationnelles actuelles, autrement dit de mettre en exergue les liens existants entre émotion, communication et logiques socio-économiques et socio-politiques. En d'autres termes, il est ici question de penser les enjeux d'une socio-économie affective dominée par un capitalisme, résumé sous le vocable de « capitalisme affectif » et porté par des stratégies de communication et certaines professions (*designers*, marketeurs, communicants…). Or, ce constat établi à une échelle macrosociale fait office de contextualisation utile à notre appréhension du monde de l'organisation, qui constitue notre terrain de recherche et au sein duquel peuvent se retrouver des logiques et des mécanismes similaires.

Une fois ces éléments de cadrage conceptuels et contextuels posés, nous souhaitons présenter les spécificités d'une recherche en SIC dans l'appréhension de l'affectivité et des affects. À cet égard, **le chapitre 3** vise à penser les affects en tant qu'objet de recherche communicationnel. Pour ce faire,

nous développons les apports d'une anthropologie par la communication affective[2], qui montrent combien corps, affects et communication sont interreliés. Notre propos est bien de développer une approche des affects comme « objets » communicationnels. Cette perspective dite communicationnelle se différencie d'une approche psychologique : elle ne se donne pas comme objectif d'analyser la vie affective des individus mais bien d'étudier la manière dont des individus au sein d'organisations développent des techniques de communication sur et avec les affects, au service de leurs agirs stratégiques. Il s'agit ici de penser les émotions en tant qu'objets symboliques pouvant être utilisés voire exploités par des collectifs pour leurs capacités à agir et faire agir.

La seconde partie de l'ouvrage, composée de deux chapitres, sera dédiée à **la présentation de l'approche communicationnelle des affects en organisations que nous développons.** Ces deux chapitres se situent aux points de rencontre de la théorie et de la méthodologie, de la conceptualisation et du « terrain ». Notre objectif est bien ici de proposer un cadre d'analyse adapté à l'étude des affects au sein des organisations, que ces dernières soient pérennes ou éphémères.

Le chapitre 4 vise tout d'abord à appréhender **la communication en organisations comme communications affectives**. À travers la notion de communication affective, il est question de considérer l'objet d'étude « affect » comme « production du social » (Bernard, 2015) qui permet aux « acteurs »[3] *via* des stratégies de mise en signes et en scène (Goffman ([1956], 1973a), et aux organisations de déployer toutes formes d'agir. Tel que nous le verrons, l'analyse des affects se mène au cœur de la production des signes des affects et de la performance actionnelle que ces derniers produisent. Nous affirmons que les expressions affectives sont des actes de communication car elles se situent au-delà des seules composantes langagières et comprennent des dimensions actionnelles qui sont à penser au-delà de la performativité du verbal[4]. Pour reprendre la formule austinienne, « quand "dire" l'émotion, c'est faire (et faire agir) l'organisation » : analysons par les affects communiqués la fabrication des organisations. Et pensons le « dire » l'émotion au-delà du verbal. Il s'agit ainsi de questionner la manière dont des individus et des collectifs influencent, agissent les uns sur les autres en communiquant par et sur les affects, que ce soit avec ou sans médiations, et participent à la construction des dynamiques organisationnelles. Nous mettons ici au point **un cadre d'étude des différents signes des affects**, nécessaire à l'appréhension des communications

2. Nous renvoyons à la synthèse des acquis présentés dans l'ouvrage de référence *Anthropologie de la communication. De la théorie au terrain*, d'Y. Winkin ([1996], 2001), sur laquelle nous nous appuyons ici.

3. Au sein de l'ouvrage, nous employons le terme « d'acteur » dans un sens générique soit en référence à l'individu qui est à l'origine de l'action/d'actions.

4. Selon les travaux de J. Austin (1962) et J. Searle (1969), parler c'est accomplir un acte (ordre, question, souhait…). La performativité renvoie aux actes de langage accomplis au moyen d'énoncés dits performatifs.

affectives organisationnelles au sein de notre approche. Nous verrons que les affects peuvent être appréhendés comme « signes affectifs », permettant ainsi de favoriser leur étude dans une approche en « extériorité »[5]. C'est donc au cœur du statut épistémique des affects que se construit l'approche méthodologique.

Fortes de ces éclairages, nous présentons**, dans notre chapitre 5, notre proposition théorique et méthodologique d'une approche des organisations par leurs communications affectives**. Notre démarche consiste à croiser les apports de l'anthropologie par la communication affective au cadre d'analyse des approches communicationnelles des organisations que nous détaillerons. Il sera alors question de développer certaines pistes méthodologiques qui peuvent être mobilisées dans le cadre de l'approche proposée. Pour ce faire, nous présentons une vaste enquête de terrain menée auprès d'une grande organisation française d'envergure internationale. Nous nous intéresserons plus spécifiquement aux dispositifs[6] de prévention de la santé et de la sécurité au travail que cette organisation étudiée met en place. Il s'agit forcément ici d'un champ non exhaustif d'application. Mais, à travers les résultats de cette recherche, obtenus à la faveur de l'approche communicationnelle des affects en organisations que nous avons poursuivie, nous montrerons comment les dispositifs de communication au travail peuvent être pensés comme des pratiques de régulation des affects, en normant par la communication les comportements affectifs. Nous verrons également dans quelle mesure l'étude des logiques communicationnelles des différents acteurs d'une organisation permet d'éclairer les dynamiques de normalisation des affects et, ce faisant, les communications affectives organisationnelles.

En guise de conclusion, sera mise en discussion l'importance de rendre visible le rôle des émotions au sein d'une société qui se dit promouvoir des valeurs d'émancipation. Cet ouvrage s'inscrit dans cette perspective : engager et accompagner les individus et les collectifs dans des démarches d'explicitation des dynamiques et des techniques de communication sur et avec les émotions. Il se propose de participer à un enjeu non seulement organisationnel mais aussi sociétal : rendre les communications qu'elles soient managériales, institutionnelles associatives, communautaires… plus responsables de la manière dont elles jouent avec et sur les émotions, c'est être à la hauteur des valeurs que se doivent d'incarner les collectifs organisants et organisés du XXIe siècle.

5. Renouant ici avec l'étymologie du terme « émotion » (*emovere*), initialement défini comme un mouvement.

6. Le terme « dispositif » répond ici à un champ d'appréhension étendu : il désigne tout un écosystème d'agencement d'éléments de nature plurielle, qu'il s'agisse de supports, de discours ou encore de pratiques, de rites, etc., opérant par médiations d'ordre matériel, technologique, technique mais aussi humain. Le dispositif s'inscrit ainsi dans des composantes communicationnelles, relationnelles et symboliques, À la fois structuré et structurant, il est à concevoir dans une approche dynamique, au cœur de processus de co-construction et de reconfigurations permanentes.

Première partie

LA CONSTRUCTION SOCIO-CULTURELLE DES AFFECTS

La réhabilitation progressive des émotions depuis la Seconde Guerre mondiale, à la fois comme objet social, mais aussi comme sujet de recherche scientifique à part entière, a pu s'opérer au profit de certaines avancées et découvertes majeures qui ont permis de réinterroger le statut des émotions, les sciences humaines et sociales et les sciences exactes se nourrissant alors mutuellement.

Partant d'une réaffirmation de l'intérêt scientifique d'un tel objet d'étude, nous nous appuyons sur les travaux menés en sociologie et en anthropologie pour tenter de comprendre comment « fonctionnent » les affects, tant dans leurs modalités d'expression que dans leurs mécanismes de régulation. Sans viser l'exhaustivité, il s'agit ici de présenter certains jalons, certains points de repère utiles à l'appréhension et à la compréhension des affects.

Il est question dans cette partie de réaffirmer la construction socio-culturelle des affects : des normes émotionnelles aux cultures affectives, les affects sont avant tout des construits sociaux, culturels, à la croisée de l'individu et de la société **(chapitre 1)**.

Suivant cette perspective, nous tenterons alors de cerner les caractéristiques ainsi que les enjeux des dynamiques affectives de notre société marquée par le capitalisme dit affectif. Il s'agira de montrer le rôle déterminant de la communication dans la construction du rapport aux affects **(chapitre 2)**.

À travers ce tour d'horizon, ce qui nous intéresse est, certes, de penser les affects en tant qu'objet de recherche mais, plus spécifiquement, en tant qu'objet de recherche communicationnel. Nous mettons l'accent sur le rôle de la communication dans la construction sociale des affects. En appui des sciences de l'information et de la communication (SIC), nous nous proposons de saisir cet objet de recherche à travers le renouvellement conceptuel d'une anthropologie par la communication affective **(chapitre 3)**, qui nous permettra de construire notre approche communicationnelle des affects en organisations **(deuxième partie)**.

Chapitre 1

De l'étude de l'affectivité : quelques points de repère

Les rapports entre les « émotions » ou « affects » et la raison, le corps et l'esprit, l'individu et la société dans la construction de l'affectivité ainsi que les relations entretenues par la science elle-même avec les émotions en tant que sujet et objet de recherche scientifique ont été source de débats et d'évolutions.

Ce chapitre n'a pas pour ambition d'établir un panorama exhaustif de l'histoire des idées touchant à ces problématiques, mais bien d'opérer des choix dans les disciplines afin de développer les étapes que nous avons jugées importantes et nécessaires à l'appréhension des affects, en correspondance avec le cheminement de notre réflexion. Il s'agit ainsi de mettre au point un cadre d'intelligibilité dans l'étude de l'affectivité.

1 AU-DELÀ DES ANTAGONISMES HISTORIQUES

Si les émotions sont restées longtemps délaissées par la recherche de la seconde moitié du XX^e^ siècle comme un effet du classique découpage dual entre l'esprit d'un côté, sujet noble, et le corps et les affects, de l'autre, perçus sur un mode mineur ou inquiétant, de récents travaux en sociologie, en anthropologie culturelle, en socio-anthropologie et en SIC témoignent d'un regain d'intérêt pour leur étude ainsi que leur inscription dans le champ de la recherche scientifique.

Or, les passions, les émotions, les sentiments, donc les affects, ont de long cours été perçus comme composante d'irrationalité dont il fallait savoir se prémunir

et se maintenir à distance critique suffisante pour garder la maîtrise de soi et de son esprit. De Platon[1] à Emmanuel Kant en passant par René Descartes, entre autres penseurs, les émotions étaient considérées comme vectrices d'erreurs dans les jugements et s'opposaient aux logiques de la science qui réclamait un exercice raisonné de l'esprit… loin des affects. Ainsi que l'énonce Emmanuel Kant, dans son *Anthropologie d'un point de vue pragmatique* :

> « l'émotion est une surprise de l'âme par la sensation, qui ôte l'empire sur soi-même (*animus sui compos*). Elle est donc précipitée, c'est-à-dire qu'elle s'élève rapidement à un degré tel de sentiment que la réflexion en devient impossible (il y a étourderie). L'absence d'émotion, sans du reste qu'il y ait diminution de la force des mobiles d'action, est le flegme, dans la bonne acception du mot ; ce qui constitue cette qualité de l'homme courageux (*animi strenui*) de ne point se laisser priver de la réflexion par la violence des émotions. »
>
> (Kant, ([1798], 1999) : 216)

Rangés du côté du corps, siège des émotions, lui-même appréhendé dans sa dimension basse et dégradante (Meidani, 2007) en comparaison aux forces vives de l'esprit, les affects ont eu tendance à être réduits à leur composante excessive et déstabilisatrice comme autant de signes d'immaîtrise du sujet. Naît de cette représentation dichotomique l'image d'un être rationnel et objectivé, par détachement du corps et des émotions. À l'opposition émotion et raison répond donc une autre opposition qui est celle du corps et de l'esprit, étant entendu que chacun de ces deux termes s'exclut mutuellement. Les preuves de ce clivage ne manquent pas dans l'histoire de la pensée, malgré quelques pourfendeurs tels que Baruch Spinoza[2] dès le XVII^e^ siècle ou encore Friedrich Nietzsche au XIX^e^ siècle, qui assignent un rôle vital à l'émotion et pensent enfin la puissance des affects. Contre le platonisme de la pensée occidentale, F. Nietzsche en appelle à la réconciliation des principes cosmiques apollonien et dionysiaque comme dépassement d'une dualité fondamentale. Ainsi que le formule le philosophe, si « la contradiction est logée au cœur du monde » (Nietzsche [1872], 1977 : 9), cette dernière ne peut être pensée en termes de dualisme qui serait à opposer.

Toutefois, il faut attendre la fin du XIX^e^ siècle et les travaux évolutionnistes sur les émotions menés par des naturalistes et des biologistes, tels que Charles Darwin (1872), Alfred Wallace (1873) ou encore Ernst Haeckel (1977), pour voir s'affirmer des liens entre le corporel et l'affectif. Ces derniers montrent dans quelle mesure les affects remplissent des fonctions adaptatives et sociales primordiales pour l'être humain. Dans leur sillage, les théories classiques en psychologie enracinent les émotions dans le corps

1. M. Dixsaut (2000), *Platon et la question de la pensée*, Paris, Vrin.
2. Dans l'*Éthique* de Spinoza ([1677], 2005). *Confer* également Citton Y. et Lordon, F. (dir.) (2008), *Spinoza et les sciences sociales. De la puissance de la multitude à l'économie des affects.*

Les communications affectives en organisations

Souvent déconsidérées du fait de leur caractère jugé incontrôlable qui rendrait complexe leur approche en tant qu'objet d'étude, les émotions ont longtemps été exclues de la recherche scientifique, faisant figure d'insaisissable. Ce livre a pour objectif de fournir des outils théoriques et méthodologiques spécifiques pour analyser la façon dont les émotions sont communiquées dans les organisations afin d'agir et/ou de faire agir.

En appui des apports des sciences de l'information et de la communication (SIC), les auteures proposent une approche communicationnelle des affects, permettant ainsi leur analyse dans une grande variété de contextes organisationnels, de l'organisation instituée et formalisée au collectif organisé. Que ce soit par les corps, les discours et les récits, les dispositifs ou encore les objets, les émotions sont appréhendées comme des actes de communication se situant au cœur même des dynamiques de prise de décision et d'action.

Il s'agit ainsi de concevoir la communication des organisations et au sein des organisations en tant que communications affectives, c'est-à-dire comme communication qui produit, codifie et génère des émotions, à la fois constitutive et instituante de culture affective et d'agir individuel, collectif et organisationnel.

Aurélia DUMAS est maître de conférences en Sciences de l'Information et de la Communication au sein du laboratoire Communication et Sociétés (ComSocs). Elle enseigne au département Information et Communication de l'Université Clermont Auvergne (UCA).

Fabienne MARTIN-JUCHAT est anthropologue de la communication corporelle et émotionnelle, docteure en Sciences du Langage et professeure en Sciences de l'Information et de la Communication à l'Université Grenoble Alpes (laboratoire GRESEC).

9 782807 340855

ISBN 978-2-8073-4085-5
ISSN 0779-4614

deboeck SUPÉRIEUR

www.deboecksuperieur.com