HAL
open science

La transparence, nouveau régime visible

Jean-Jacques Boutaud

To cite this version:

Jean-Jacques Boutaud. La transparence, nouveau régime visible. Médiation et Information : revue internationale de communication, 2005, Transparence et communication, 22, pp.1-7. hal-03594419

HAL Id: hal-03594419

https://hal.science/hal-03594419v1

Submitted on 2 Mar 2022

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 (2005), « La transparence, nouveau régime visible », Présentation et coordination du numéro, *Transparence et communication*, MEI, n°22, décembre 2005, 1-7.

La transparence, nouveau régime visible

Jean-Jacques Boutaud

La transparence comme figure sensible

Dans sa relation dialectique au secret, la transparence a toujours nourri un discours sur l'éthique de la communication. Pour autant, à voir toutes les formes d'expression de la transparence, tout son champ d'extension sensible, ce n'est pas seulement une valeur mais une *figure* des temps post-modernes, certains diront « hypermodernes », qu'il nous faut explorer. La dimension éthique s'ouvre alors sur l'univers esthétique de la communication, c'est-à-dire la reconnaissance de *formes* associées à la transparence et les modes de *relation* qu'elles favorisent en termes de communication, sans laisser dominer telle norme de jugement ou telle valeur d'agrément.

En déplaçant le curseur entre l'éthique et l'esthétique, entre valeur et forme, comme des pôles articulés, nous voudrions donner, à travers toutes les contributions de ce numéro, un contour original à cette *figure* de sens et cette *figure* sensible qu'est la transparence. Double démarche donc, 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). Figure à la fois évidente et limpide, fuyante et complexe, que nous aborderons sous des angles très variés : objets, espaces, discours, corps, institutions, etc.

Un autre aspect original, dans notre démarche, est de valoriser le cadre synchronique de la transparence, alors que les relations dialectiques au secret et au pouvoir favorisent bien souvent le regard historique. Cette dimension est présente çà et là, à commencer pour

évaluer les limites des Lumières (D. Bougnoux). Mais la question centrale, dans ce numéro, reste de savoir pourquoi la transparence affecte aujourd'hui tant d'objets, d'espaces, de relations dans nos univers sensibles et familiers. Elle s'y déploie comme figure polysémique, protéiforme, d'une communication qui se voudrait *réenchantée*. Un monde où l'entreprise parle sans détours, où des objets dévoilent leur intériorité, où l'architecture et les espaces rendent la communication visible, où technologies et médias donnent accès à toutes les informations, comme écho à l'ego d'un sujet de plus en plus transparent à lui-même, ou qui a l'illusion de l'être. Bien sûr, chacun a conscience qu'un monde aussi transparent est au mieux un idéal, une utopie, et, au fond, pas vraiment souhaitable, nous y reviendrons. « Mais quand même… » (O. Mannoni), ainsi pourrait se formuler cette suspension nécessaire de l'incrédulité (« the willing suspension of disbelief », Coleridge) qu'Yves Winkin place au cœur du réenchantement de la communication, *par* la communication.

L'envie de s'en laisser conter ! Comme si les choses pouvaient vraiment changer au gré d'une transparence qui s'énonce, s'affiche, s'affirme à tous les niveaux. Comme figure post-moderne, la transparence joue de sa polysensorialité et de sa polysémie dans des proportions comparables à une autre figure émergente, la convivialité : « Tout aujourd'hui, les organisations, les rapports humains, les situations, les ambiances, mais aussi les formes, les objets, les machines, le design, les idées, les mises en scène et les ritualités – se doit d'être convivial. Malgré (ou à cause de) son indétermination ou de sa polysémie, malgré (ou à cause de) la multiplicité de ses zones d'application, malgré (ou à cause de) sa faiblesse conceptuelle, la convivialité semble aujourd'hui avoir conquis le statut de valeur ou de vertu essentielle. Le terme fonctionne comme un impératif catégorique des sociétés post-modernes » (D. Quessada). Un constat qui pourrait s'appliquer tout aussi bien à la transparence.

Lieu commun ou sujet éclaté ?

Idéal de communication pure pour certains, nouvelle mythologie ou valeur réaffirmée, réincarnée, la transparence prend donc toutes les formes utiles, habiles et labiles pour jouer avec le sens et nos sens. Cette esthétique ou le processus d'esthétisation mis en jeu par la transparence traversent ou pénètrent tous les domaines de communication, de médiation. Nous les avons déjà évoqués. Les objets, d'abord, qui jouent de la transparence pour dévoiler leur monde interne : de l'ordinateur au

sac à main, du mobilier au produit alimentaire, couplant les dimensions éthiques de la transparence et l'esthétique du packaging. Les espaces qui cultivent aussi la transparence, de la sphère privée à la vie publique, de l'univers domestique vanté par les magazines d'intérieurs, au monde professionnel manipulant à cette fin, formes, couleurs, matières. Les discours, encore, qui ne sauraient échapper à cet idéal ou cette idéologie de la transparence : de la communication d'entreprise qui en fait son *credo* d'information au parler-vrai de nos échanges familiers qui veulent faire court, clair, sans préjugés ni tabous. Et que dire des médias, dans la transparence brute de l'information livrée en temps réel, ou ces formes de télé-réalité obsédées par la mise à nu d'un quotidien banal ou trans-figuré, de l'*ex-timité* au dévoilement ob-scène de soi – les tirets marquant ici la déterritorialisation du signe et du lieu commun.

Une figure par conséquent omniprésente, dans ses dimensions matérielles (objets, techniques, espaces) et immatérielles (discours, représentations, relations). Une figure à la fois légère, créative et ludique, dans les grands registres d'esthétisation (image, design d'objets et d'espaces, mode), profonde et complexe, par un jeu d'ombres et de lumières permanent, notamment dans le traitement de l'information, le besoin de contrôle ou de surveillance, les relations dialectiques et duelles au secret composant avec la dissimulation, la manipulation, à l'échelle d'organisations ou de nations tout entières

Versant positif : la créativité, la visibilité, l'information, l'analyse, l'ouverture, le direct ; à l'opposé de la transparence : le voile, l'opacité, le secret, le mystère, la manœuvre, la clôture informationnelle, comme fermeture. Avec cette interrogation qui demeure toujours sur les jeux de transparence : en appellent-ils au voir ou d'abord au croire ? En effet, ils s'offrent à nous sous des formes non pas directes et naturelles, prélevées sur le réel mais construites et cultivées, à travers tant de manifestations différentes aujourd'hui, comme nous l'allons voir.

Dans une livraison de 2003, la revue Quaderni stigmatisait déjà « les faux-semblants de la transparence »[1], entre secret et pouvoir. Une analyse des relations complexes entre secret et transparence, sous des angles politiques et idéologiques que nous ne reprendrons pas directement ici : par exemple, le passage de l'âge du secret à celui de la transparence, dans l'art gouvermental des XVIIe et XVIIIe siècles (M.Senellart) ou « la raison du Réseau » (P. Musso) qui réinvestit la raison d'Etat et les techniques de gestion du politique dans les grands réseaux technologiques de communication, et inversement, avec le pouvoir de

[1] « Secret et Pouvoir. Les faux-semblants de la transparence », 2003, *Quaderni,* n°52, 128 pages

fonctionner simultanément au secret et à la transparence. Une dialectique, sinon une articulation, inscrite dans des logiques d'autorité, de domination et de pouvoir, ce qui est une façon de concevoir la transparence et d'en révéler la dimension réellement politique.

Un angle déjà retenu par la revue Pouvoirs, autour de cette relation dialectique entre « transparence et secret » (n°97, 2001), qui consiste, finalement, en un subtil jeu d'équilibre entre forces antagonistes dans le traitement de l'information, à l'image du négociateur que nous décrit Olivier Arifon : « Par son métier, lié à la qualité de son information, à ses contacts avec des sources proches du pouvoir (ambassadeur, cabinet ministériel, services de renseignement), le négociateur doit préserver une part de secret car dans le cas contraire, la négociation peut échouer. Le négociateur est finalement face à une double contrainte, situation bien connue en communication : garder ses informations pour s'assurer d'une bonne position de négociation et révéler certains éléments, les concessions, pour parvenir à un accord ».

La plupart des analyses sur la transparence[2] se placent d'ailleurs sous le régime du soupçon, tant elle rencontre de limites, qui condamnent au secret, notamment dans la sphère de l'Etat, ou entravent sa réalisation, par exemple dans les médias. Au niveau de l'Etat, on invoquera le secret ou, de façon euphémisée, la réserve, la prudence, au nom de la diplomatie, de la défense, de la sécurité, du droit. Bref, au nom d'intérêts supérieurs qui rendent naïve, déplacée ou dangereuse la revendication de transparence. Quant aux médias, ils opèrent en temps réel, livrent des images brutes, au nom, cette fois, du droit à une information directe, accessible à tous et si possible à chaud, quitte à faire, *après coup*, toute la lumière sur l'information, de « compléments d'enquête » en « investigations » plus poussées, pour reprendre des titres d'émissions télévisées.

Dans le précipité de l'information et le flot des images trop directes, littérales, transparentes, il faut s'entourer d'experts, comme nous le dira Serge Tisseron, pour éclairer le sujet et voir ce qui se joue derrière les faits, les mots et les signes. Là encore, face aux réactions des publics, à leurs questions, les professionnels sont bien obligés de défendre leur conception de l'information, sa fabrication, avec des codes, des limites mais aussi des libertés et des audaces qui composent en permanence avec l'idéal de transparence. Car il s'agit bien d'un idéal à atteindre, d'un horizon à fixer, en conscience des limites, des faiblesses, des

[2] En dehors des revues *Quaderni* (n°52, 2003) et *Pouvoirs* (n°97, 2001), déjà citées, on peut mentionner la revue belge *Recherches en Communication*, « Esthétique des organisations », n°52, 2003, notamment l'article d'Ignaci Roviro : « The Aesthetics of Organisations as Philosohical Aesthetics » (151-168). Antérieurement, *la Documentation française* (vol. 5, 1980) s'est attachée à la publication régulière des rapports administratifs de l'Etat, par souci affiché de transparence des institutions.

contraintes et des restrictions qui maintiennent une part d'opacité ou de secret.

Cette dimension socio-politique de la transparence, contrariée par les besoins ou les ruses du secret, pourrait trouver bien des éclairages historiques depuis que les Lumières l'ont érigé en principe contre l'obscurantisme, la censure et les pouvoirs occultes. Des Lumières jusqu'à l'avènement des TIC, c'est bien souvent d'éthique dont il est question pour aborder la transparence, maintenir son idéal et rappeler, à tout moment, en tout lieu, sa nécessité. Cette conception éthique de la transparence s'expose, à force de lucidité, au désenchantement. Désenchantement démocratique face aux pouvoirs et aux forces qui traitent à leur guise l'information et sa diffusion ; désenchantement devant ces puissances politico-financières qui pactisent et s'entendent quand elles se sentent menacées, quitte à entretenir l'amalgame du « tous les mêmes »; « tout se vaut » ; désenchantement face aux scandales et aux affaires qui minent la vie publique, le monde professionnel, et *remontent* bien souvent trop tard pour donner à la société les moyens d'agir véritablement ; désenchantement vis-à-vis des politiques qui communiquent trop et en font trop pour ne pas se démasquer sur leurs ambitions véritables, moins louables au plan de l'action publique, qu'intéressées à titre personnel. Arrêtons l'énumération, car elle pourrait laisser croire à un changement de degré entre le désenchantement et le sentiment de conspiration face à tant de secrets et de manipulations.

Or, jamais l'exigence de transparence n'a été aussi forte. Pas un jour sans que les médias n'évoquent le devoir de transparence, au nom d'une société et d'un public qui en appellent à ce même principe, à cette même valeur. Le « léger accident vasculaire » du chef de l'Etat nous rappelle tous les précédents fâcheux sur la santé des Présidents et la non-communication ou la désinfomration en la matière. On réclame la transparence la plus totale, au-delà des communiqués de circonstances. Mais comment concilier le devoir de vérité et le secret médical qui protège tout citoyen ? Que dire aussi de toutes ces images prises dans le flux de l'actualité : menace endémique de la grippe avière ; dessous intimes d'une crise conjugale pour le plus médiatisé des ministres ; bilan impossible d'une catastrophe naturelle aux Etats-Unis ; origine du nouveau choc pétrolier ? Voilà en vrac, les dossiers brûlants d'un jour presque ordinaire. A des degrés d'intensité variés, tous ces sujets appellent la transparence, c'est-à-dire les faits plus que l'information. Non pas la dépêche sur le mode déclaratif, ou le journal, au déroulé, mais l'investigation fouillée, documentée. Cela explique, pour une grande part, le succès actuel du documentaire, quitte à utiliser tous les moyens pour faire éclater la vérité ou la donner à voir. L'image, toujours l'image.

L'évidence du visible et pourtant rien, sans le commentaire, rien de transparent. Alors, faire le tri et s'en faire une conduite, une conscience : vérifier, recouper, protéger, comparer, à l'image des principes retenus dans les chartes journalistiques ou dans les codes de déontologie des agences de relations publiques qui ont lancé depuis 2001, nous dit Arnaud Mercier, à l'initiative de leur principale association (IPRA), une *International Campaign for Media Transparency*.

Quant elle n'est pas dans le feu de l'actualité, la rhétorique médias se fait un lit douillet de tous les sujets, ces fameux marronniers, qui réactivent cette mythologie de la transparence et du secret : « les secrets de la Franc-Maçonnerie » ; « dans les coulisses de Matignon » ; « la vérité sur vos impôts », tout y passe, mais jamais ne lasse le lecteur qui s'offre, de façon cyclique et à bon marché, des révélations fracassantes. Une prime toutefois, pour les secrets d'alcôve, terme bien désuet pour désigner ce qui s'étale intimement, clandestinement, au grand jour des magazines *people*, dans un jeu de cache-cache bien orchestré. Le succès récent d'un magazine comme Closer montre, s'il en était besoin, cette envie de bousculer les codes et d'aller toujours plus loin dans la nudité des sujets, la crudité des propos, avec effet d'entraînement sur toute la presse *people*. Mais plus on s'approche, plus on démasque, plus se construit l'épaisseur narrative du sujet, la fiction du regard plutôt que la transparence de la scène.

Quand la figure prend forme

Nous avons construit le sommaire comme une figure en déploiement : un premier article pour donner le ton et afficher nos ambitions ; puis deux entretiens avec Daniel Bougnoux et Serge Tisseron, qui s'ouvrent comme un diptyque sur la transparence, d'une part sur le versant analytique, d'un monde inspiré des Lumières, d'autre part, sur le versant émotionnel, d'un sujet en quête de transparence.

Trois regards sur les organisations : l'entreprise, croisant dispositifs éthiques et rhétoriques, au profit d'actions transparentes, ou voulues comme telles (J. Walter) ; la diplomatie, rhétorique du discret, entre information et secret (O. Arifon) et l'univers carcéral, lieu de visibilité totale (totalitaire ?) à l'intérieur, réalité opaque de l'extérieur (P. Ricaud).

Sans être médiacentré, c'est-à-dire axé sur les médias comme unique visée, ou dans une acception étroite, ce numéro leur accorde une place centrale, fidèle à la ligne éditoriale de MEI. On verra combien notre thème, précisément reconnu comme figure sensible, donne matière à la rhétorique du discours journalistique ou plutôt de son métadiscours à travers chartes, règles ou principes de bonnes conduites (A. Mercier).

Métadiscours aussi des émissions non seulement réflexives, où la télévision se regarderait dans le miroir, mais prismatiques tant le regard déforme et décompose les images sous prétexte de transparence (N. Aliouane, dans la rubrique Hypothèses). Jeux d'intimité et de dévoilement qui ne sont plus seulement à l'initiative des professionnels mais des particuliers, dans les usages des nouveaux médias, ludiques et narcissiques avec les blogs (N. Pignier), participatifs et responsables, avec les communautés virtuelles sur Internet (O. Galibert). Mais quand bien même les individus croient retrouver leur liberté d'expression et de créativité, ils servent directement ou indirectement un nouveau marché de la proximité (plaie moderne selon Daniel Bougnoux), de l'intimité et de la transparence, tout particulièrement avec les nouveaux usages d'Internet et les rencontres en ligne, formule qui sonne comme un oxymoron. Dans ce régime accéléré de la simulation, la publicité ferait presque figure de refuge quand elle multiplie, par contrecoup, les signes de la transparence. Par exemple, avec les marques de produits bio, se donnant toute la conscience et la caution d'un discours aussi frais et naturel que son objet (C. Duteil).

A travers toutes les ressources de la communication, de médias en médiations, cette figure de la transparence nous entraîne sur un plan de projection très étendu, comme on le verra dans un dernier volet. Entreront en jeu les espaces : des malls commerciaux pris dans l'obsession du champ optique (R. Freitas), aux lieux de culture et aux musées qui gardent toujours des zones d'obscurité par rapport à leurs objets et leur démarche. Transparence des objets aussi, entre le matériel et l'immatériel (N. Giraud, dans la rubrique Hypothèses), le visible et l'invisible, le tangible et l'intangible des technologies « transparentes » (E. Mahé). Transparence du corps, enfin, dans une réflexion qui prolonge un thème déjà abordé dans MEI, la pornographie, mais dans un rapport inattendu, ici, avec l'anorexie (K. Tinat), comme symptômes d'une surexposition de l'image de soi et de son corps.

Alors, parlerons-nous de « tyrannie » de la transparence, figure totalitaire du « tout dire », du « tout montrer », jusqu'aux limites de l'exposition, de la révélation ? L'image qui nous vient peut-elle encore correspondre à un idéal, sur les traces des Lumières : idéal de connaissance, de vérité, qui éclaire toujours plus les zones obscures de notre condition humaine ? A relever, comme nous le faisons dans ce numéro, son emprise très large comme figure sensible, comment expliquer la transformation de cet idéal en images dégradées de l'intimité, de la proximité, de l'authenticité ? Nous le savons, la transparence totale n'est ni souhaitable, ni réalisable. Rappelons-nous la mise en garde de Serge Daney : « L'opacité naît aussi de l'excès de clarté et c'est ce que la télévision – art du plein jour obligatoire - ignore encore. Encore un effort et, à la place de terribles images uniques (qui jouent comme les *logos* de

la condition humaine), elle pourra redécouvrir ce que le cinéma, jadis, sut. Qu'il faut l'ombre et la lumière pour *dévoiler* les choses et que partager le souci de ce dévoilement n'a rien à voir avec la jouissance perverse des choses toujours déjà dévoilées » (S. Daney, 1988, *Le salaire du zappeur*, Ramsay). L'image, l'information et la connaissance réclament la transparence, mais, à force d'illusions et de désillusions, c'est dans la matérialité des objets et des espaces que le rêve prend forme, à l'image de nos technologies modernes.

Jean-Jacques Boutaud
Université de Bourgogne – LIMSIC
jean-jacques.boutaud@u-bourgogne.fr