

# Apports des sciences de la culture dans la recherche en communication des organisations

**Stefan BRATOSIN**

Professeur des universités - Sciences de l'Information et de la Communication  
Laboratoire d'études et de recherches appliquées en sciences sociales  
Université Paul Sabatier de Toulouse 3115, rte de Narbonne 31077 Toulouse cedex 4  
[stefan.bratosin@iut-tlse3.fr](mailto:stefan.bratosin@iut-tlse3.fr)

**Mihaela-Alexandra TUDOR IONESCU**

Maître de conférences, Ecole Nationale d'Etudes Politiques et  
Administratives, Bucarest, Roumanie  
Laboratoire d'études et de recherches appliquées en sciences sociales  
Université Paul Sabatier de Toulouse 3, France 6, rue de Povernei, Bucarest  
[mihaela.ionescu@comunicare.ro](mailto:mihaela.ionescu@comunicare.ro)

**Abstract.** Contributions of science of culture to the research in organizational communication field. The present paper aims to discuss the conditions of likelihood of inserting a methodological option in the field of organisational communication, an option that rose from the project of Ernst Cassirer to formulate a general theory of symbolic forms. In fact, it is about stating a theoretical and methodological frame capable of answering a concrete need, phenomenological in nature, to study the communication structure of organisations not as a given fact, not as a finite and given construction, but as an ensemble of spiritual manifestations which build and enforce the human being. Access to the methodological contributions of symbolic form philosophy in the research of organisational communication is suggested by Cassirer himself through the thesis according to which the goal of his studies on symbolic forms will be truly attained only if its problematic will be reengaged and debated by each disciplinary field in turn. In this context, the theoretical frame suggested here delimits an approach which takes as its starting concept the immediate alternative of the concept of society, in other words the concept of culture, whose content is inextricably linked with the fundamental forms and propensities of the spirit. The main task of such a research frame is to approach the original source of human action, the cultural products - the words of the language, the images of the myth, of art, the intellectual symbols of knowledge, etc. From this point of view, the ground of organisational communication can be delimited and clarified to the extent in which it is regarded from the perspective of its subject, meaning in what regards the thinking in act of this communication. It is about a key mutation brought about by the methodology of the symbolic form philosophy, the mutation from object towards subject. In order to understand the organisational communication one must start from its subject, following the hypothesis that there is organisational communication in what regards the

human being to the extent in which there is organisational communication in humans, since individual himself became, at a certain point, organisational communication. Therefore, the transfer of methodological contribution herein proposed is based not on the capacity to approach organisational communication in its entirety, but on that of the subject as animal symbolicum and as inhabitant of a community which permanently institutes a world within which he communicates, to which he refers and which he changes. The research in organisational communication participates, from this point of view, to the field of science of culture.

**Keywords:** Cassirer, communication, culture, mediation, organisation, representations, method, symbols.

L'accueil des acquis méthodologiques de la philosophie des formes symboliques<sup>1</sup> dans la recherche en communication organisationnelle n'est pas seulement permis, mais il est, en quelque sorte, souhaité par Ernst Cassirer. En décembre 1924, à Hambourg, il affirme qu'il peut espérer que le but de son étude sur les formes symboliques soit effectivement atteint seulement lorsque sa problématique sera reprise et poursuivie par chacune des disciplines singulières<sup>2</sup>. La genèse de cette proposition est sans aucun doute en rapport direct avec le contexte historique dans lequel se situe l'œuvre de Cassirer, celui de l'éclatement de l'objet de connaissance. La multiplication des disciplines scientifiques pose, en effet, au début du 20<sup>e</sup> siècle, le problème du découpage de l'objet de connaissance permettant ainsi son approche sous des angles de vue de plus en plus différents, voire même divergents. Mais l'ouverture proposée par la pensée des formes symboliques franchit les limites du contexte historique de sa genèse, car elle vise une problématique qui, à la faveur du caractère intarissable du déploiement disciplinaire, ne cesse d'être réitérée. Plus exactement, dans le processus de redéfinition de l'objet de connaissance, chaque science, observe Cassirer, opère une construction symbolique qui rentre chaque fois dans la constitution de son objet. Cette observation sur laquelle s'appuient les fondements même de la philosophie des formes symboliques entraîne dans son sillage deux conditions à portée méthodologique majeure. Il s'agit d'une part, de renoncer à prétendre vouloir et pouvoir saisir la réalité dans son immédiateté et d'autre part, de concevoir l'unité disciplinaire du savoir ailleurs que dans son objet, notamment du côté du sujet.

---

<sup>1</sup> Ernest Cassirer, 1972. *La philosophie des formes symboliques* (Paris: Minuit).

<sup>2</sup> Ibidem, vol. 2, p. 13.

## LE PROBLEME DE LA DIVERSITE DES STRUCTURES LOGIQUES ET CONCEPTUELLES INTERMEDIAIRES

L'enjeu principal du transfert des acquis méthodologiques de la philosophie des formes symboliques vers la recherche en communication organisationnelle est d'ouvrir une voie nouvelle pour le positionnement disciplinaire en communication organisationnelle. En ligne de mire de ce transfert se trouve l'équivoque qui frappe les limites du territoire de la communication organisationnelle, c'est-à-dire la diversité litigieuse des structures logiques et conceptuelles intermédiaires entretenue par le problème de l'unité inextricable de l'être, le problème de la diffusion organisationnelle et le problème de la désymbolisation.

## LE PROBLEME DE L'UNITE INEXTRICABLE DE L'ETRE

Quel que soit leur angle de vue, les tentatives de penser le processus communicationnel gardent – explicitement ou implicitement – un point commun remarquable: elles ne peuvent faire l'impasse sur le lien inextricable entre communication et organisation. La pensée de la communication emprunte toujours le passage de la pensée de l'être et par conséquent de la pensée de l'organisme vivant. Communiquer est une condition sine qua non pour le vivant. Mais l'organisation en est autant. Certes, cette convergence conclusive revêt des nuances engendrées tout naturellement par la complexité d'un phénomène à multiples facettes qui se reproduisent et se déterminent sans cesse les unes les autres. Entre la communication comme agent organisateur et la communication comme conséquence de l'organisation, la palette est assez large pour traverser les siècles et recouvrir les domaines de recherche sans se soucier de leur diversité. Elle témoigne d'une obsession organisationnelle<sup>3</sup> et en même temps elle prédit une obsession communicationnelle. L'obsession organisationnelle est apparue lorsque l'être humain a pris conscience de sa capacité d'exercer un pouvoir. D'abord, peut-être, un pouvoir sur la nature et ensuite sur ses semblables. Il cherche, dès lors, à se donner les moyens pour optimiser cette capacité. Le langage ouvre la voie à l'invention des signes et à leur usage pour produire des dogmes, des lois, des principes, des règles et des idéologies comme fondement du fonctionnement organisationnel. Ensuite, l'écriture, les arts, la technique fournissent les moyens pour transmettre la pensée de

---

<sup>3</sup> Cf. G. Willett (dir.), 1992. *La communication modélisée* (Ottawa: Renouveau Pédagogique), p. 3.

ce fonctionnement, c'est-à-dire pour organiser.<sup>4</sup> Mais lorsque l'être humain s'efforce d'optimiser ses moyens d'organisation, il ne peut échapper à la hantise de la communication. Dès l'antiquité les Grecs – Protagoras, Aristote, Gorgias – et les Romains – Cicéron, Quintilien – sous la pression de leur obsession organisationnelle dégagent les règles de base de la rationalité et posent les fondements des lois de la propagande, de la publicité, du marketing. De même, en fin de 20<sup>e</sup> siècle, sous le poids du phénomène social, le modèle orchestral trouve au-delà de la mise en commun, de la participation ou de la communion, le sens d'une nouvelle communication.<sup>5</sup>

L'impossibilité théorique de détacher l'une de l'autre la communication et l'organisation pose alors le problème de l'alternative à la 'communication organisationnelle', c'est-à-dire d'une autre communication permettant la falsifiabilité<sup>6</sup>, la distinction et le bornage de son territoire. Peut-il exister une communication qui ne soit pas communicationnelle ?

La réponse se joue habituellement entre deux hypothèses. La première supposition est celle d'un territoire borné par l'état d'opposition entre le phénomène communicationnel et le phénomène organisationnel. Il s'agit de considérer les états de complémentarité et d'interdépendance entre la communication et l'organisation comme les indices du territoire de la communication organisationnelle. Mais cette hypothèse est frappée par une objection majeure. La distinction opérée exclut des territoires de la communication organisationnelle le désordre, le conflit et la crise. Or, les situations de désordre, de conflit, de crise sont, dans cette optique, des révélateurs de l'aspect (dis)fonctionnel de la communication organisationnelle. Plus embarrassant encore, le refus de cette exclusion peut indiquer formellement que l'état d'opposition est constituant de l'état de complémentarité et de l'état d'interdépendance entre la communication et l'organisation. Dans ce cas l'hypothèse est complètement dépourvue de sens. La deuxième supposition est que l'opération de bornage du territoire de la communication organisationnelle relève moins d'une perspective communicationnelle et davantage de la portée du concept d'organisation. Le raisonnement est le suivant: puisque la communication organisationnelle est là où il y a l'organisation, l'essentiel est de saisir les délimitations visibles de cette dernière. Mais là un autre problème se pose, celui de la diffusion organisationnelle.

---

<sup>4</sup> Régis Debray, 1994. *Manifestes médiologiques* (Paris: Gallimard), p. 64.

<sup>5</sup> Yves Winkin, 1981. *La nouvelle communication* (Paris: Seuil), p. 25-6.

<sup>6</sup> Karl R. Popper, 1998. *La connaissance objective* (Paris: Flammarion).

## LE PROBLEME DE LA DIFFUSION ORGANISATIONNELLE

Dans la perspective théorique qui prend appui sur le concept d'organisation, la communication organisationnelle est définie comme la communication participant des organisations à l'intérieur et à l'extérieur de leurs limites naturelles. Cela veut dire que pour les organisations ces limites ne sont pas uniquement des frontières, des lieux de séparation, mais aussi des lieux de passage, c'est-à-dire des lieux ayant un rôle fonctionnel dynamique. Par conséquent les limites naturelles des organisations sont également des composantes des organisations. Ainsi, d'une manière directe ou sous-jacente, les théories de l'organisation s'accordent sur le principe que l'interface humaine est une composante sine qua non des organisations. Au début du 20<sup>e</sup> siècle Taylor<sup>7</sup> et Fayol<sup>8</sup> prenaient déjà en compte dans leurs théories des organisations les aspects les plus tangibles de l'homme: comportement, efficacité, intérêt etc. Plus tard, après 1930, à des fins similaires, Barnard<sup>9</sup> et Follett<sup>10</sup> considèrent les dimensions intellectuelles, sociales et affectives. Ensuite Maslow<sup>11</sup>, McGregor<sup>12</sup> et Hanlon<sup>13</sup> posent l'étude de la nature humaine comme fondement de l'étude du phénomène organisationnel. D'ailleurs, dans ce contexte, avec Bennis, Maslow et Hanlon, se dessine le courant de pensée basé sur la prise en considération des postulats fondamentaux de l'existentialisme: l'être et le devenir. Il s'ensuit nécessairement la reconnaissance des besoins humains fondamentaux par la plupart des théoriciens: Barnard, Argyris, Likert, Maslow, Bennis, Getzels et al., Hanlon. Cette reconnaissance ouvre ainsi la voie dans la perspective théorique des organisations à un revirement fondamental: les organisations se mettront au service de l'être humain. Désormais l'interface humaine apparaît même comme étant non seulement une limite naturelle ou une composante parmi d'autres, mais l'élément dynamique et la base de toute organisation.

---

<sup>7</sup> Frederick W. Taylor, 1967. *La direction scientifique des entreprises* (Verviers: Gérard et Co.).

<sup>8</sup> Henry Fayol, 1966. *Administration industrielle et générale* (Paris: Dunod).

<sup>9</sup> Chester I. Barnard, 1948. *Organization and Management* (Cambridge: Harvard University Press).

<sup>10</sup> Mary P. Follett, 1987. *Freedom and Coordination: Lectures in Business Organization* (New York: Garland Publishing).

<sup>11</sup> Abraham Maslow, 1970. *Motivation and Personality* (New York: Harper and Row Publishing).

<sup>12</sup> Douglas McGregor, 1969. *La dimension humaine de l'entreprise* (Paris: Gauthier-Villars).

<sup>13</sup> James M. Hanlon, 1968. *Administration and Education: Towards a Theory of Self-Actualization* (Belmont: Wadsworth Publ. Co.).

La difficulté majeure soulevée par la perspective prenant appui sur le concept d'organisation afin de distinguer le territoire de la communication organisationnelle est qu'elle emprunte, comme les théories de la communication, le cheminement de la pensée de l'être et par conséquent de la pensée du vivant: dans l'analyse des théoriciens des organisations, la base de toute organisation, c'est-à-dire l'homme est un organisme. Par exemple, pour Argyris<sup>14</sup> comme d'ailleurs pour Hanlon dans leurs analyses des organisations, l'être humain est considéré comme un organisme ouvert. C'est aussi l'angle de vue de McGregor à une différence tout de même, car il y ajoute la dimension sociale. Pour lui, la nature humaine de l'organisation transparait à travers l'utilisation substantielle de temps et d'énergie déployés pour atteindre des buts à long terme. Il s'agit d'une ouverture de nature existentielle dans laquelle Maslow influencé par le courant philosophique existentialiste, conçoit l'essence de l'homme comme un composé d'être et de devenir. James Thompson<sup>15</sup> entend cet organisme sur lequel repose toute organisation comme un phénomène multidimensionnel, alors que pour Bennis<sup>16</sup>, l'homme est ni plus ni moins qu'un animal ayant la capacité de résoudre des problèmes. Etc. En d'autres termes, non seulement que le problème de cadrage posé par les théories de la communication n'est pas résolu ou contourné, mais il est aggravé. Au fait que les organisations ne maîtrisent pas les contours de leurs territoires s'ajoute ici la multiplication d'une manière géométrique des variables à prendre en compte. Les frontières des organisations sont dissoutes ainsi dans un réseau dont les bords ne cessent de s'éloigner. Comment sera-t-il donc possible de distinguer le territoire de la communication organisationnelle, alors que les organisations reposent sur l'organisme, c'est-à-dire sur un fondement dont les limites se définissent toujours par des limites encore plus éloignées, assujetties à des conditions de plus en plus individuelles ?

Apparaît donc l'évidence que le territoire de la communication organisationnelle est immergé dans un espace symbolique puisque l'être humain possède la faculté de pouvoir s'organiser en se représentant ce qu'il est. D'une part, cette évidence anéantit l'espoir de parvenir à saisir le territoire de la communication organisationnelle à l'aide du concept d'organisation. D'autre part, elle ouvre la voie pour supposer que la publicité, en tant que dimension fonctionnelle dominante, pourrait permettre la mise en exergue

---

<sup>14</sup> Chris Argyris, 1970. *Participation et organisation* (Paris: Dunod).

<sup>15</sup> James Thompson, 1967. *Organisations in Actions* (New York: McGraw-Hill Co.).

<sup>16</sup> Warren G. Bennis, P. E. Slater, 1968. *The Temporary Society* (New York: Harper and Row Publ.).

des délimitations de la communication organisationnelle par la dialectique des catégories *public* et *privé*. Mais puisque ces catégories se nourrissent des symbolisations sans en produire pour autant, un nouveau problème fait surface, celui de la désymbolisation.

### LE PROBLEME DE LA DESYMBOLISATION

Le recours aux déterminations opérées par la frontière public-privé pour distinguer le territoire de la communication organisationnelle, repose sur la supposition que, d'une part, l'organisation plonge ses racines dans les profondeurs de l'espace privé et que, d'autre part, son développement visible et tangible participe toujours des rapports d'interaction avec l'espace public. Il s'agit d'une approche qui embrasse ainsi une difficulté théorique considérable. Elle hérite du conflit qui depuis le 17<sup>e</sup> siècle pose la question des limites de l'espace public. Dans cette perspective, la détermination supposée capable de distinguer le territoire de la communication organisationnelle n'est ni la communication, ni l'organisation, mais l'information. La bataille pour l'élargissement de l'espace public est en fait la bataille pour repousser le secret et favoriser l'information. Elle vise la victoire de la catégorie du public en rassemblant et mobilisant les logiques politique, économique et sociale autour de l'information. Mais l'extension de la transparence n'est pas sans conséquences sur la capacité théorique de distinguer le territoire de la communication organisationnelle: 'il y a aujourd'hui confusion entre l'espace public, lieu d'expression et lieu de médiation, et lieu de hiérarchisation normative'.<sup>17</sup> Plus exactement, alors que la médiatisation prend le pas sur la médiation, la liberté revendique l'incohérence.<sup>18</sup> En s'imposant, le paradigme démocratique transforme l'espace public en lieu normatif. Toute forme de *communauté partielle*<sup>19</sup> - scientifique, artistique, religieuse etc. - est condamnée à fondre ses règles de fonctionnement et son système d'autocontrôle et d'autolégitimation dans l'autorité d'un seul et même système de valeurs. Les organisations perdent, dans ce contexte, leur autorité de gérer leur système de références et de symboles. Cette perte d'autorité repérable sur le terrain, frappe les bornes organisationnelles d'équivoque, c'est-à-dire d'insignifiance et de désymbolisation. Trois formes empiriques sont tout particulièrement déconcertantes. D'abord, la déviation de la raison et de la science qui dans son obsession naturelle de tout

---

<sup>17</sup> Dominique Wolton, 168. *Penser la communication* (Paris, Seuil: Flammarion), p. 168.

<sup>18</sup> Lucien Sfez, 1996. *La symbolique politique* (Paris: PUF), p. 7.

<sup>19</sup> Wolton, *Penser*, p. 168-72.

*informer*, aggravée par une sorte d'ivresse technologique, s'efforce de faire régner un contrôle planétaire. Là où il y a organisation, 'pouvoir passer partout, sans obstacles, tout voir, tout faire, sont devenus les idéaux de la nouvelle rationalité, d'où le règne de l'impudeur, de la violence des images et des paroles, de leur insignifiance et de leur vide'.<sup>20</sup> A l'opposé, une autre forme de désymbolisation: l'individualisme exacerbé, en apparence une rébellion contre le pouvoir de contrôle planétaire, mais en réalité un refus de limites de nature organisationnelle. Les indices d'un tel refus sont des comportements 'totalement dépourvus de sens et de repères du fait d'une perte du rapport à l'altérité, que ce soit celle du réel ou d'autrui'.<sup>21</sup> Le mariage de ces deux formes de désymbolisation des bornes des organisations produit une troisième forme d'insignifiance. Dans la mesure où la maîtrise technique du monde apparaît incontrôlable, l'irrationnel devient une technique politique. La frontière entre l'intérieur de l'organisation et son extérieur devient un lieu de non sens, car, par exemple, elle exalte désormais la technologie en technologisant l'exaltation. Le risque n'est plus simplement la chute dans le non sens, mais le fait paradoxal qu'elle soit tenue pour sens et évidence de quelque chose à la place de rien.

Réel, certes, mais pour l'instant apparemment insaisissable, l'obsédant objet de la communication organisationnelle semble échapper à chaque entreprise théorique qui tente de l'approcher. Et alors qu'il s'éloigne, provocatrice la question revient: comment saisir la communication organisationnelle ?

#### LA PROPOSITION DE LA PHILOSOPHIE DES FORMES SYMBOLIQUES

L'intérêt de la réponse donnée par la philosophie des formes symboliques vient du profit théorique qu'elle tire naturellement de sa filiation à une pensée dont l'édifice est fondé sur le postulat que la réalité ne peut être saisie immédiatement. Plus précisément, son orientation est, dès le départ, fondamentalement différente des approches problématiques précédentes: la communication organisationnelle n'est pas – dit la réponse de la philosophie des formes symboliques - là où elle est cherchée habituellement, c'est-à-dire dans le visible, mais dans ce qui la rend visible. Dans cette perspective, la communication organisationnelle n'est pas une chose, mais un acte. Pour le saisir il ne suffit donc pas de le poursuivre simplement dans la

---

<sup>20</sup> Bertrand Vergely, 1998. *La politique du juste* (Paris, Michalon), p. 111.

<sup>21</sup> Ibidem, p. 111.

sphère du signifier et du désigner. Il faut investir la sphère originelle de la vision intuitive, c'est-à-dire la sphère du singulier: la communication organisationnelle est (la) manifestation symbolique à travers laquelle est appréhendée la réalité. Cette démarche se construit, bien sûr, à l'aide d'un ensemble dynamique d'exigences méthodologiques: la mise en évidence d'une vie symbolique, le dépassement de la démarcation rigide et dogmatique entre le subjectif et l'objectif, la 'déduction' critique de la représentation en suivant le signe dans le déploiement de ses configurations concrètes, le dépassement de la théorie du reflet.

#### LA MISE EN EVIDENCE D'UNE VIE SYMBOLIQUE

Le problème de la diversité des structures logiques et conceptuelles intermédiaires montre que d'une manière systématique, les démarches théoriques cherchant à saisir la communication organisationnelle sont piégées à un moment ou à un autre, par l'injonction d'emprunter le chemin du singulier alors qu'elles s'efforcent de parvenir à l'universel. Ce qui est perçu comme un échec dans ces orientations méthodologiques, ne l'est pas dans celle de la philosophie des formes symboliques pour la simple raison qu'elle n'exclut pas que le monde du singulier soit capable de conduire à la connaissance, même si ses voies sont différentes. A ce stade, certes, l'option de la philosophie des formes symboliques n'est nullement plus enviable aux autres démarches. Le problème de l'unité du savoir demeure toujours sans solution. Mais dans un deuxième temps, la méthodologie de la philosophie des formes symboliques relève la difficulté et, contrairement aux autres options méthodologiques, elle conçoit une issue théorique originale qui réhabilite le singulier sans porter atteinte pour autant à l'universel:

Si nous nous tenons à l'exigence de l'unité logique, la particularité de chaque domaine propre et la singularité de son principe courent le risque de se dissoudre en fin de compte dans l'universalité de la forme logique; si en revanche nous nous immergeons dans cette individualité et nous en restons à l'examen de celle-ci, nous sommes menacés de nous perdre en elle et de ne pas retrouver le chemin vers universel. Le seul moyen de sortir de ce dilemme méthodologique serait de déceler et de saisir un moment qui se retrouve dans chacune

de ces formes spirituelles fondamentales, mais qui n'ait dans aucune de ces formes une figure proprement identique.<sup>22</sup>

Il s'agit d'observer et d'analyser la communication organisationnelle comme participant de la vie symbolique de l'humanité, c'est-à-dire de la culture, car les humains ne se contentent pas de vivre une et dans une organisation, ils se représentent, également, cette organisation. Cela n'enlève rien à la démarche critique requise par la recherche. Le rôle primordial accordé à la fonction par rapport à l'objet est d'ailleurs le principe fondamental de la pensée critique. Au fond, critiquer la culture et critiquer la raison ne sont pas deux choses différentes, car il s'agit toujours de mettre en évidence la fonction vitale de l'organisation, la fonction symbolique.

Regardée dans l'autre sens, la mise en évidence de la vie symbolique instaure toujours les contours du territoire de la communication organisationnelle par des ruptures, des discontinuités, des bornes marquées par des processus de désymbolisation. Dès lors, saisir le territoire de la communication organisationnelle revient à produire le langage pour la faire parler.

#### LE DEPASSEMENT DE LA DEMARCATIION RIGIDE ET DOGMATIQUE ENTRE LE SUBJECTIF ET L'OBJECTIF

Une difficulté constituante du problème de la diversité des structures logiques et conceptuelles intermédiaires est celle du traçage de la frontière entre le *mundus intelligibilis* et le *mundus sensibilis*. La recherche d'une solution à cette difficulté a conduit à l'exigence méthodologique d'une démarcation rigide, devenue naturellement dogmatique entre le subjectif et l'objectif. En octroyant au concept seul l'aptitude de rendre possible la connaissance et la description de la communication organisationnelle, la pensée scientifique visait à parvenir à un savoir purement objectif. Mais cette solution est une sorte de cheval de Troie. Elle aggrave le problème par son propre contenu, car la logique des contenus conceptuels et des relations fondamentales sur lesquels se construit un savoir, ne se laisse séparer de la logique des signes. Le signe n'est jamais neutre. Le signe n'est pas seulement le produit de la pensée, mais il en est également son agent nécessaire et essentiel. Le signe ne sert pas uniquement aux fins de la communication d'une organisation donnée, mais il est l'instrument unique par lequel l'organisation est *in-formée* dans un environnement et par lequel elle fait sens. La détermination conceptuelle de l'organisation ne pourra donc pas être détachée de son encrage dans le signe.

---

<sup>22</sup> Cassirer, *La philosophie*, vol.1, p. 25.

Dans le droit chemin de la fonction symbolique, l'approche méthodologique proposée par la philosophie des formes symboliques affirme la prégnance symbolique:

la détermination conceptuelle d'un contenu va de pair avec sa fixation dans un signe caractéristique. Ainsi toute pensée véritablement rigoureuse et exacte ne trouve de soutien que dans la symbolique et la sémiotique sur lesquelles elle s'appuie. Toute 'oi' de la nature prend pour notre pensée la forme d'une 'formule' universelle, mais toute formule ne se laisse représenter que par un enchaînement de symboles universels et spécifiques. (...) La connaissance en général veut que l'universel ne se laisse intuitionner que dans le particulier, et que le particulier ne se laisse jamais penser que dans la perspective de l'universel.<sup>23</sup>

Dans cette orientation dont la méthodologie de la philosophie des formes symboliques est tributaire de la méthode proposée par l'étude du langage de Wilhelm von Humboldt, le territoire de la communication organisationnelle, est, donc, celui des conditions du voir et de l'agir de l'organisation. Il s'arrête là où commence la configuration visible de ces conditions. Il s'agit d'abandonner les diverses spéculations qui s'entrechoquent en se mouvant entre le subjectif et l'objectif, puisqu'elles n'arrivent pas à pénétrer au cœur de l'organisation, et prendre appui sur les manifestations symboliques où la démarcation entre le subjectif et l'objectif est posée par le processus même dans lequel ces formes se reconnaissent l'une dans l'autre afin de délimiter et de constituer mutuellement leur domaine.

#### LA 'DEDUCTION' CRITIQUE DE LA REPRESENTATION EN SUIVANT LE SIGNE DANS LE DEPLOIEMENT DE SES CONFIGURATIONS CONCRETES

Les tentatives de saisir la communication organisationnelle par son objet sont fondées sur l'observation que son identité se réalise quelque part à l'arrière plan d'un concept dont le signifiant porte la trace. Ainsi puisque cette trace, signe / identité, est reconnue comme explicitation d'un concept, c'est-à-dire d'une *forme générale*, ces démarches l'associent à la forme générale et se laissent séduire par l'hypothèse qu'il y a un rapport de dépendance rationnelle entre l'un et l'autre. Mais cette association ne parti-

---

<sup>23</sup> Ibidem, vol.1, p. 27.

cipe pas d'une démonstration. Elle relève d'une *monstration*, c'est-à-dire de tout autre chose qu'un cheminement logique. L'ambiguïté des résultats en est sans doute une des conséquences.

La philosophie des formes symboliques, au contraire, postule que le phénomène originel de représentation doit être supposé avant tout acte logique de contiguïté entre deux contenus. Il est possible de parvenir à une connaissance médiate grâce à une fonction de renvoi immédiat du sens dans et par une représentation. C'est-à-dire, l'acte logique de contiguïté est possible justement parce que le phénomène de représentation le précède:

le phénomène de représentation, pris dans sa forme première et authentique et dans sa détermination originelle se laisse aussi peu réduire à une trame de raisonnements logiques que la simple expression vécue. (...) La forme de l'induction ou de la déduction passe donc nécessairement à côté du phénomène et du problème de représentation, qui n'appartiennent nullement à la sphère de la pensée 'abstraite', mais nous placent au cœur de l'appréhension intuitive de la réalité.<sup>24</sup>

Il s'agit d'une ouverture qui exploite la perception, les discriminations, les alternatives - le constant et le variable, le nécessaire et l'accidentel, le général et l'individuel - ou l'organisation différentielle des sensations<sup>25</sup> dont nous disons qu'elles nous représentent la forme réelle de l'objet.<sup>26</sup> Dans cette perspective, la fondation et la légitimation, dans le sens critique du terme, du concept de représentation ne vise plus la mise en scène d'un contenu dans un autre. La symbolique 'artificielle' repose dans cette nouvelle optique sur la mise en scène de la symbolique 'naturelle' dans les différentes configurations de l'esprit. La configuration du réel participe ainsi, d'une démarche en sens inverse: 'il ne s'agira plus de suivre de manière régressive le problème de signe vers ses "raisons" dernières, mais de le poursuivre dans le déploiement de ses configurations concrètes, tel qu'il s'accomplit dans la pluralité des divers domaines culturels'.<sup>27</sup>

L'accueil d'une telle option dans la communication organisationnelle équivaut à ne plus chercher à appréhender son territoire comme une construction de l'homme, mais comme un ensemble de manifestations de l'es-

---

<sup>24</sup> Ibidem, vol. 3, p. 144-5.

<sup>25</sup> Stefan Bratosin, 2001. *La concertation: forme symbolique de l'action collective* (Paris: l'Harmattan), p. 36-40.

<sup>26</sup> Cassirer, *La philosophie*, vol. 3, p. 180.

<sup>27</sup> Ibidem, vol.1, p. 49.

prit qui construisent et imposent l'être. Le territoire de la communication organisationnelle ne sera pas ainsi la simple copie d'une réalité donnée, un objet saisi par le moyen de son image, mais un ensemble de principes du processus par lequel le réel s'organise pour l'être humain - non seulement comme unité, mais aussi comme pluralité –, principes dont l'unité tient en dernière instance de l'activité symbolique de l'esprit.

#### LE DEPASSEMENT DE LA THEORIE DU REFLET

Enfin, un quatrième obstacle qui rend problématique l'approche du territoire de la communication organisationnelle et que la méthode proposée par la philosophie des formes symboliques permet de dépasser est celui de la substantialité de la communication organisationnelle. Il se présente toujours dans les démarches qui tentent de saisir la communication organisationnelle immédiatement. Ce sont ces méthodologies même qui ont érigé leur propre obstacle en vertu de l'hypothèse – avancée par le substrat mythique de la pensée scientifique – que dans la mesure où la communication organisationnelle n'échappe pas à la perception, elle ne peut ne pas prendre forme dans des objets ou en tout cas dans des supports physiques. Or cette option, même si elle peut donner la satisfaction de toucher à quelque chose et l'impression d'avoir une perspective sur les délimitations de la communication organisationnelle, elle ne contient pas une ouverture, mais au contraire, un renfermement, une impasse méthodologique. Elle ne parvient pas à dépasser le reflet, c'est-à-dire, l'image de la communication organisationnelle. La prétention d'opposer un entendement scientifique à l'entendement intuitif et de saisir immédiatement au lieu de médiatement la communication organisationnelle est donc minée et vidée de sens par la logique même du processus qui la revendique, car la connaissance humaine ne trouve pas les moyens pour se passer des signes et des images.

La méthodologie de la philosophie des formes symbolique fait une option différente. Elle relève l'impasse dans laquelle conduit la théorie du reflet et se donne pour tâche son dépassement: 'la richesse des images ne désigne pas, elle recouvre et occulte... Ce n'est qu'en dépassant toute détermination par l'image (...) que nous pouvons retrouver le véritable fond originare et essentiel'.<sup>28</sup> Son choix est dès lors de ne faire de la sphère de la description et de la désignation qu'un lieu de passage vers la sphère de l'intuition. Elle propose d'entendre les phénomènes au-delà des constructions données, au-delà de la vision passive des produits 'finis' proposés à l'esprit.

---

<sup>28</sup> Ibidem, vol.1, p. 57.

Il s'agit de se placer au milieu de l'activité de l'esprit et d'observer les phénomènes non pas comme *une donnée*, mais en les considérant comme des fonctions et actualisations de l'imaginaire:

si au lieu de poursuivre l'idéal d'une vision passive des réalités de l'esprit, on se place au milieu de leur activité même, et si, au lieu d'en faire la considération tranquille d'un étant, on le définit comme des fonctions et des actualisations de l'imaginaire, il sera possible, quelque diverses et hétérogènes que soient les figures qui résulte de cette construction, d'en détacher certains traits communs, caractéristiques de la figuration elle-même.<sup>29</sup>

Dans cette optique, le territoire de la communication organisationnelle pourra être détaché et explicité dans la mesure où il est vu dans son sujet, c'est-à-dire dans ce qui constitue la pensée en acte de cette communication. C'est ici la mutation clé apportée par la méthodologie de la philosophie des formes symboliques: de l'objet au sujet. Pour comprendre la communication organisationnelle, mais aussi sa pensée, il faut partir non pas de son objet, mais de son sujet, en suivant l'hypothèse qu'il y a communication organisationnelle au regard de l'homme quand il y a communication organisationnelle dans l'homme parce que l'homme est devenu à un moment donné communication organisationnelle. Alors la communication organisationnelle apparaît avec son sujet. L'extérieur de la communication organisationnelle est donnée quand l'intérieur se donne, 'parce qu'il n'y a de monde que quand il y a un monde faisant sens, un monde symbolisé'.<sup>30</sup>

## CONCLUSIONS

Issue du projet cassirerien de formuler une théorie générale des formes d'expression, l'option méthodologique proposée ici repose sur le postulat que la garantie ultime de l'objectivité se trouve dans les voies que l'esprit humain choisit de prendre vers une objectivité pensée. Elle vise une recherche se donnant comme objectif de suivre toutes ces directions empruntées par la pensée non pas uniquement pour les étudier séparément selon leurs formes ou pour les approcher dans leur ensemble, mais aussi et surtout pour vérifier l'hypothèse qu'il est possible de les rapporter toutes à une unité singulière, à un centre médian où se définissent mutuellement les aspects constitutifs – normatif, fonctionnel, physique – de la structure

---

<sup>29</sup> Ibidem, vol.1, p. 58.

<sup>30</sup> Vergely, *La politique*, p. 48.

communicationnelle des organisations. Il s'agit d'indiquer un cadre théorique capable de répondre au besoin concret de nature phénoménologique de ne pas étudier la structure communicationnelle des organisations dans son action comme une donnée établie, mais dans les configurations du cheminement empruntées par la pensée des acteurs, au plus large sens du terme, dans le processus de constitution de cette action. L'organisation est tenue pour un acte<sup>31</sup>. Ce cadre théorique délimite ainsi une approche qui prend comme concept général de départ l'alternative immédiate au concept de société, c'est-à-dire le concept de culture dont le contenu est lié inextricablement aux formes et aux orientations fondamentales de l'esprit. La tâche essentielle octroyée par un tel cadre à la recherche est, dès lors, de rapprocher de la source originelle de l'agissement humain, les produits de la culture - les mots du langage, les images du mythe et de l'art, les symboles intellectuels de la connaissance etc. - participant de la réalité manifeste des apparences organisationnelles.<sup>32</sup> En quittant la sphère du signifier et du désigner afin de pénétrer dans la sphère originelle de la vision intuitive, c'est-à-dire dans la sphère du singulier, le transfert des acquis méthodologiques proposé ici assujettit sa pertinence non pas à la capacité de saisir la communication organisationnelle dans l'unité de son objet, mais dans celle de son sujet en tant que *animal symbolicum* et locuteur d'une communauté qui institue de manière un monde à l'intérieur duquel il communique, auquel il se réfère et qu'il change. La recherche en communication organi-

---

<sup>31</sup> Stefan Bratosin, 2001. *Le service* (Paris: l'Harmattan), p. 11.

<sup>32</sup> A ce point on peut élargir le projet méthodologique portant sur les formes symboliques et appliqué à l'étude des communications organisationnelles en s'interrogeant sur l'institution, la description et la communication vivante d'un monde tel que l'organisation par le biais de la *métaphorisation* comprise en tant que stratégie herméneutique et pragmatique par laquelle certains locuteurs 'polyglottes' d'une certaine communauté (l'organisation), qui parlent simultanément plusieurs discours (mythiques, religieux ou tout autre discours produit par l'activité de l'homme y compris dans sa qualité d'*animal symbolicum*), essaient de les mettre d'accord par l'ouverture des liaisons sémantiques et référentielles. En fait, il s'agit d'ouvrir la perspective vers un traitement futur en deux temps de la communication organisationnelle: l'un à partir de la médiation symbolique cassirérienne comme cas particulier de la médiation métaphorique, et l'autre participant de la *médiation métaphorique* en tant que processus par lequel une communauté de sujets parlants institue un monde (y compris un monde symbolique) et communique au sein de celui-ci. On entend par *médiation métaphorique* un présupposé pour une grille d'intelligibilité, par le biais de laquelle on peut avoir accès aux acquis théoriques de l'univers de la culture qui sont déjà accessibles et, potentiellement, aux acquis futurs, comme si l'on avait accès à un monde vivant qui se *génère* et se *re-génère* sans cesse (Mihaela Ionescu, 2009. *Médiations métaphoriques dans les discours des sciences de l'information et de la communication*, ouvrage pour la venue en soutenance de l'HDR, Université Le Mirail de Toulouse 2).

sationnelle participe dans cette perspective du domaine des sciences de la culture.

#### Bibliographie

- Argyris, C., 1970. *Participation et organisation* (Paris: Dunod).
- Barnard, C. I., 1948. *Organization and Management* (Cambridge: Harvard University Press).
- Bennis, W. G., Slater, P. E., 1968. *The Temporary Society* (New York: Harper and Row Publ.).
- Bratosin, S., 2001. *La concertation: forme symbolique de l'action collective* (Paris: l'Harmattan).
- Bratosin, S., 2001. *Le service* (Paris: l'Harmattan).
- Cassirer, E., 1972. *La philosophie des formes symboliques* (Paris: Minuit).
- Debray, R., 1994. *Manifestes médiologiques* (Paris: Gallimard).
- Fayol, H., 1966. *Administration industrielle et générale* (Paris: Dunod).
- Follet, M. P., 1987. *Freedom and Coordination: Lectures in Business Organization* (New York: Garland Publishing).
- Hanlon, J. M., 1968. *Administration and Education: Towards a Theory of Self-Actualization* (Belmont: Wadsworth Publ. Co.).
- Ionescu, M. A., 2009. *Médiations métaphoriques dans les discours des sciences de l'information et de la communication*, ouvrage pour la venue en soutenance de l'HDR, Université Le Mirail de Toulouse 2.
- Maslow, A., 1970. *Motivation and Personality* (New York: Harper and Row Publishing).
- McGregor, D., 1969. *La dimension humaine de l'entreprise* (Paris: Gauthier-Villars).
- Popper, K. R., 1998. *La connaissance objective* (Paris: Flammarion).
- Sfez, L., 1996. *La symbolique politique* (Paris: PUF).
- Taylor, F. W., 1967. *La direction scientifique des entreprises* (Verviers: Gérard et Co.).
- Thompson, J., 1967. *Organisations in Actions* (New York: McGraw-Hill Co.).
- Vergely, B., 1998. *La politique du juste* (Paris: Michalon).
- Willet, G. (dir.), 1992. *La communication modélisée* (Ottawa: Renouveau Pédagogique).
- Winkin, Y., 1981. *La nouvelle communication* (Paris: Seuil).
- Wolton, D., 1997. *Penser la communication* (Paris, Seuil: Flammarion).

# Signs of Memory and Traces of Oblivion

**Simona MITROIU**

Faculty of Philosophy and Social-Political Sciences  
University Al.I.Cuza Iasi  
B-dul Carol I, 11 Iasi, 700506 Romania  
[monmitroiu@yahoo.com](mailto:monmitroiu@yahoo.com)

**Elena ADAM**

Faculty of History  
University Al.I.Cuza Iasi  
B-dul Carol I, 11 Iasi, 700506 Romania  
[elyhis@yahoo.com](mailto:elyhis@yahoo.com)

**Abstract.** The main objectives of this paper are to analyze the relation between memory and oblivion and their exterior forms to the level of physical and cultural space. The notion of memory places (defined as accumulations of signs of identity and their materializations) is presented in its two manifestations: as memory landmarks (connection points to the collective past) and as memory signs. The distinction is based on the power of memory to remind us who we are, but also what we forgot about ourselves. We divided the paper in several parts.

**Keywords:** memory, oblivion, identity, collective memory, memory places, remembrances, cultural memory, memory landmarks, memory signs.

## I. MEMORY AND OBLIVION

Guide of knowledge – as it is shown by the light in Mnemosyne’s hand painted by Rossetti – the memory is the keeper of cultural values. Discussing about memory means also referring to the art of memory, the latter having a very important role in education for a long time. The art of memory was in Greek Antiquity an exercise of memory that meant to associate places (‘topoi’) to words, images, representations, and these associations were seen like very rigorous systems. The succession of the places keeps the succession of the information. The art of memory is an art of places but an art based on the capacity of memory to remember easier the images of places instead of words.

We also need to discuss about the ‘context’ of remembrance, because we tend to remember certain information when the context is