



Prochain rendez-vous  
Le 4 juillet 2013  
"Le cerveau : cet inconnu  
qui nous gouverne"

# Parler vrai !

L'information explose en tous sens et se répand en un flot incessant dans les cerveaux qui ont bien du mal à suivre et à adhérer. Ne se joue-t-on pas des émotions et des pulsions en ne livrant qu'une part de vérité ? L'Homme, être de parole, semble s'étourdir dans le mensonge, oubliant parfois l'intelligence du cœur. Pourquoi ?



**E**ntrer réellement en relation avec l'autre repose sur une condition : parler vrai ! Ce théorème de la communication a été brillamment démontré par Serge Moati, réalisateur, Dominique Wolton, chercheur au CNRS, et Stanislas Berteloot, responsable marketing et communication chez KDS et fondateur du blog collaboratif [monsacday.com](http://monsacday.com). Les trois invités de la conférence Des Regards et des hommes du 6 décembre, ont littéralement "scotché" le public venu, comme à l'habitude, en nombre assister à cette

manifestation, conçue par la CCI Essonne comme un temps de réflexion et de recul. À l'heure où les éléments de langage structurent les discours des grands communicants et donnent le "la" de la communication institutionnelle, entreprises comprises, l'assertion avait de quoi déranger ! D'autant plus que cette technique professionnelle, qui fonctionne par ciblage, souvent avec des formats courts, semble la solution idéale et la plus rationnelle pour vendre produits et discours. L'explication donnée par les intervenants tombe sous

# Parler vrai !

• Conférence très intéressante et instructive, avec de fortes personnalités mais qui savent de quoi elles parlent !

• J'ai tout compris : la communication prend du temps et suppose une rencontre entre les individus. Alors continuez encore longtemps vos soirées éducatives !

• Passionnant. Merci pour ce débat de haute-voltage.

• Une communication qui ne se soucie pas de la réception du message à quelque chose de violent, d'autoritaire. Oui, elle doit être échange, amour et respect.

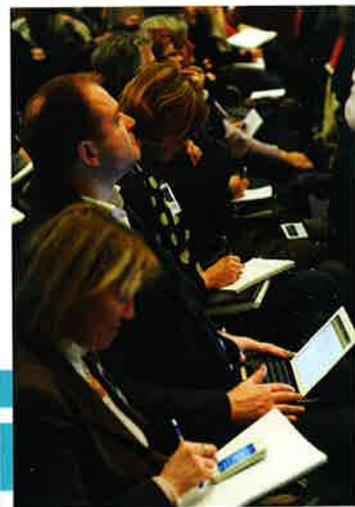
• Je n'ai jamais raté une de vos conférences et la qualité est de plus en plus époustouflante. Merci pour tout.

• Merci pour cette soirée qui remet l'humain au centre.



Thierry Watelet, rédacteur en chef à France Télévisions : un animateur très à l'écoute, qui synthétise au fur et à mesure les interventions.

Un public très réactif en découvrant, qu'au fond, la raison pour laquelle la communication échoue, tient au déphasage entre le temps des médias et celui de la société.



le sens : la volonté de donner une image trop lisse peut susciter la méfiance et finalement détourner l'électeur ou le consommateur de la décision que l'on attend de lui.

## Ça ne marche pas !

« Ce qui m'intéresse dans les sciences de la communication, c'est que ça ne marche pas ! », a lancé Dominique Wolton comme un uppercut à un public, au fond déjà convaincu. C'est le paradoxe du mensonge érigé en vérité dans lequel on préfère faire comme si on ne savait pas, tant « chacun est obsédé par le maintien de la relation », a souligné l'auteur d'"*Informer n'est pas communiquer*". Dans ce monde de faux-semblants, la communication est un leurre, une illusion, un jeu de pouvoir. « Si, dans une entreprise, par exemple, la communication interne est utilisée par le responsable des ressources humaines uniquement pour faire passer les messages de la direction, dans un système descendant, personne n'est dupe de la nature unilatérale de la relation établie », a poursuivi Dominique Wolton. Du coup, l'entreprise se prive de la richesse d'un dialogue qui aura lieu devant la machine à café ou dehors autour d'une cigarette. Pour ma part, je crois tout au contraire à l'intelligence de chacun. C'est d'ailleurs le fondement de la

démocratie et cette utopie politique demeure en tout cas préférable à un régime totalitaire à voix unique. Ceci dit, il est tout à fait légitime qu'une marque soigne son image mais il faut qu'il y ait cohérence entre ce qui est affiché et ce que fait réellement l'entreprise. Un jour ou l'autre la vérité finit par éclater et les dommages en termes de confiance perdue sont alors très importants. »

## Dire la vérité : un enjeu démocratique

De fait, dire la vérité constitue un enjeu pour la vie démocratique. Qui n'a pas entendu un homme politique déclarer « Il faut dire la vérité aux Français », avant finalement d'enchaîner, le plus souvent, les fameux éléments de langage ? Chacun a fini par en prendre conscience et aujourd'hui les "fast-checking", censés vérifier les déclarations des uns et des autres en fin d'émission, remportent les plus grands succès. « Quand je réalise des interviews politiques, j'essaie d'éviter ces constructions toutes faites, témoigne Serge Moati en véritable apôtre de l'empathie. Tout mon travail consiste à entrer en résonance avec mon interlocuteur. Pour expliquer cela, souvent je raconte que je n'ai pas d'identité, qu'il y a plusieurs personnes en moi. Ce qui me permet d'être lui et lui, moi. Je suis comme un chef de gare de



Stanislas Berteloot (à gauche) : « Il existe des sites d'information dont la qualité est reconnue. Cela se vérifie notamment au nombre de liens qu'ils suscitent. »



Dominique Wolton : « Ne sont manipulés que ceux qui le veulent bien ! »



Serge Moati : « Comprendre et convaincre, c'est très important. Il ne faut pas communiquer pour communiquer. »

triage : avec l'interviewé nous montons dans le même train. C'est ce que je disais à François Mitterrand, qui n'aimait pas l'exercice. Avec lui, il me fallait trouver le moment où son cœur battait. Dans ce cas-là, il y a une vraie musique, une authenticité qui sort. Et, comme je suis croyant, je pense qu'alors – lorsque l'on est au même rythme que le cœur de l'autre – c'est Dieu qui est là. » Une vraie sorcellerie !

### Entrer en résonance

Cette excellence de la relation, dans le partage, n'est bien sûr pas monnaie courante ! La communication est aussi transmission et négociation et ce, avec des résultats aléatoires. « Pourquoi, fondamentalement, échoue-t-on souvent à communiquer ? », a demandé le public aux intervenants. Trop d'information tue l'information, mais pas seulement ! La question a du poids tant il est difficile de faire passer une information (un message) entre un émetteur et un récepteur : chacun entend ce qu'il veut et/ou ce qu'il peut. Pour Stanislas Berteloot, la réponse est pourtant claire et nette. « Communiquer avec les autres ne s'improvise pas et il faut un certain talent pour cela. Il est important de savoir à qui on s'adresse. Mais, aussi et surtout, il faut maîtriser la construction du message. Et

pour ce dernier point, qui est essentiel, la technique journalistique est indispensable. Enfin, il faut parler en vérité et être cohérent. Notamment entre ce que l'on dit et ce que notre attitude suggère. »

### Tous manipulés ?

De fait, la relation avec autrui ne se limite pas à la parole : le corps aussi s'exprime. À 93 %, c'est l'image et la communication non verbale qui ont le plus d'impact. De quoi prendre conscience que parfois c'est l'émotion qui domine, qui prend le pas sur le message. Alors, finalement, entre mensonges, désinformations, non-dits et messages subliminaux, sommes-nous tous tour à tour manipulateurs et manipulés ? « Ne sont manipulés que ceux qui le veulent bien », a répondu Dominique Wolton. Si on achète tel ou tel produit, ce n'est pas parce que la publicité nous l'a montré maintes et maintes fois mais tout simplement parce que, à un moment donné, il répond à notre désir. » D'où vient le désir aurait été sans doute la bonne question ! « Au fond, la raison pour laquelle la communication échoue tient au déphasage entre le temps des médias et celui de la société », a conclu Dominique Wolton. Les premiers vont de plus en plus vite alors que la seconde a besoin de temps longs pour évoluer. Il

# Communiquer

## LES RÉACTIONS DU PUBLIC

- Un moment superbe d'échanges, de curiosité et de vérité !
- Attention, le système d'information est très rapide et nous sommes très lents.
- Merci encore pour cette troisième rencontre que j'ai appréciée comme les deux précédentes. Serge Moati m'a ému en parlant de « sorcellerie » de la communication et Dominique Wolton par son humour et sa pertinence.
- Merci pour l'initiative et l'échange avec une salle nombreuse, attentive et chaleureuse. Très bon dialogue plein d'humanité entre trois points de vue complémentaires. J'ai également apprécié l'accueil simple et généreux.
- Conférence très instructive et animée.
- Une excellente conférence, des intervenants de haut vol. Une belle réussite ! Bravo la CCI.



De gauche à droite : Serge Moati, cinéaste ; Dominique Wolton, chercheur et Stanislas Berteloot, fondateur du blog collaboratif [monsacloy.com](http://monsacloy.com).

faut constater que le "aimez-vous les uns les autres" ne marche pas alors que le "arnaquez-vous les uns les autres" fonctionne ! Mais la relation économique vaut mieux que la guerre... Il faut se méfier d'un monde dominé par la rationalité. Il faut protéger la sauvagerie de la création, qui ne peut naître que dans la découverte de l'autre, dans sa diversité et le hasard. Alors, d'accord pour un peu de technique dans la communication mais l'important, c'est de cohabiter avec l'autre. Savoir tout sur tout : "and so what ?". Communiquer, c'est être à l'épreuve de l'altérité, derrière laquelle il y a l'universalité. »

### Accepter l'autre et prendre le temps

« Aimer ses ennemis, c'est aussi communiquer, a repris pour sa part Serge Moati. Devenir l'autre parce que l'autre est en soi. On est peuplé des autres. Comprendre et convaincre, c'est très important. Il ne faut pas communiquer pour communiquer. » « Et il faut du temps pour comprendre », a insisté Dominique Wolton en rappelant qu'on ne peut réduire la communication à des tuyaux, des systèmes techniques d'information performants. L'instantanéité est un piège et la vitesse de l'information peut être un accélérateur de haine. Mais comment trier les bonnes informations sur Internet ? « Il existe

des sites d'information dont la qualité est reconnue, a répondu Stanislas Berteloot. Cela se vérifie notamment au nombre de liens qu'ils suscitent. Par ailleurs on peut utiliser des outils comme Netvibes, Tweetdeck, Googlereader et les flux RSS pour se repérer et construire une source d'information fiable. Et, avant de twitter, il est important d'observer. Enfin, il faut parler vrai. » L'enjeu est bien là ! Le monde est de plus en plus transparent et donc le public de plus en plus critique. Et ce d'une manière fondée, a insisté Dominique Wolton en dénonçant la paranoïa du secret. « À 95 %, les choses sont connues, a-t-il affirmé. Cependant, il faut prendre en compte le fait que les géants de l'information comme Yahoo ou Google, qui sont des monstres économiques et financiers, portent une idéologie technique qui s'est donnée pour mission de changer le monde via des "hommes augmentés" par l'hyperconnexion. Mais le constat demeure : les rapports entre les hommes ne s'améliorent pas en proportion de "l'internetisation" du monde. Notamment parce que c'est le communautarisme qui se développe. Les gens ont tendance à communiquer avec ceux qui leur ressemblent, provoquant ainsi une sorte d'autisme. Attention à cet effet boomerang ! »

**Pierre Talbot**

Vous souhaitez visualiser le film de la conférence ? Contactez En Essonne Réussir, [reussir@essonne.cci.fr](mailto:reussir@essonne.cci.fr)  
Pour tout renseignement sur nos prochains rendez-vous : [www.essonne.cci.fr](http://www.essonne.cci.fr)  
Likez notre page Facebook : [www.facebook.com/desregardsetdeshommes](http://www.facebook.com/desregardsetdeshommes)

