

Kirsti SELLEVOLD, « Ordre et hasards de la communication : le cas des *Essais* », p. 1-8.
<<http://umr6576.cesr.univ-tours.fr/Publications/HasardetProvidence>>

Hasard et Providence ^{XIV^e-XVII^e siècles}

Actes du cinquantenaire de la fondation du CESR et XLIX^e Colloque International d'Études Humanistes
Tours, 3-9 juillet 2006

publié par le Centre d'Études Supérieures de la Renaissance

Responsable de publication

Marie-Luce DEMONET
Université François-Rabelais de Tours, CNRS/UMR 6576

Mentions légales

Copyright 2007-2008 – © CESR. Tous droits réservés.
Les utilisateurs peuvent télécharger et imprimer cet article,
pour un usage strictement privé.
Reproduction soumise à autorisation.

Date de publication

5 février 2008

Date de mise à jour

Ouvrage en ligne publié avec le concours
de l'Université François-Rabelais, du CNRS,
du Ministère de la Recherche et de l'Enseignement supérieur,
du Ministère de la Culture et de la Communication,
du conseil régional du Centre,
du conseil général de l'Indre-et-Loire,
de l'Institut Universitaire de France

Collection « *La Renaissance en ligne* »



Kirsti Sellevold

Université d'Oslo

Ordre et hasards de la communication : le cas des *Essais*

Montaigne est sans doute celui des auteurs de la Renaissance qui s'est occupé le plus de la notion de hasard. On trouve le mot lui-même sous toutes les formes que permettent la syntaxe française — le nom, le verbe et l'adjectif — et on trouve ses synonymes : « fortune », « chance », « aventure », sur presque chaque page des *Essais*. À cela s'ajoute le chapitre 34 (« La fortune se rencontre souvent au train de la raison ») du premier livre qui traite les effets, parfois raisonnables, de la fortune ; on sait aussi que les censeurs romains ont pensé que Montaigne a trop souvent parlé de « fortune » au lieu de « providence ». L'intérêt presque obsédant pour la notion de hasard dont témoigne sa fréquence dans les *Essais* a souvent été commenté par les critiques et les historiens des idées, par exemple en rapport avec les éléments stoïciens et sceptiques chez Montaigne. Il y a quelques années, nous avons tâché de montrer que si Montaigne a préféré l'expression « à l'aventure » à « peut-être » pour exprimer la modalité adverbiale, c'est parce que l'expression ne revêt pas seulement un sens modal, mais aussi le sens de *par hasard* ou *au hasard*¹, et qu'en utilisant « à l'aventure » (plutôt que « peut-être ») Montaigne a voulu se prévaloir de la modalité adverbiale tout en préservant les connotations du mot « hasard », c'est-à-dire *accident*, *risque*, *danger*. Nous avons démontré qu'« à l'aventure », à cause de ces connotations, faisait mieux ressortir son rapport au vocabulaire du pyrrhonisme que le mot « peut-être »².

1. Locution qui dans les *Essais* dénote *sans direction déterminée, sans réflexion*, voir l'art. « hasard » dans le *Dictionnaire historique de la langue française*, éd. par A. Rey et al., 3 vol., Paris, Dictionnaires Le Robert, 2000.

2. Kirsti Sellevold, « *J'aime ces mots...* » : *expressions linguistiques de doute dans les Essais de Montaigne*, Paris, Champion, 2004.

Dans cet article nous proposons de considérer la notion de hasard plutôt par rapport à un autre phénomène des *Essais*, beaucoup moins traité par la critique, notamment le modèle de communication que présente Montaigne, surtout dans le chapitre III, 8, « De l'art de conférer ». Ce qui frappe d'abord dans ce modèle, c'est non seulement que la notion de hasard y occupe une place centrale, mais aussi que les hasards de la communication sont souvent évoqués dans un contexte où il est question aussi des hasards de la guerre. Nous allons considérer d'abord deux exemples relevés dans les chapitres III, 8 et I, 47. Après avoir évoqué « l'heur » et le « malheur » comme deux puissances souveraines, et fait remarquer la vanité qui consiste à penser qu'on peut « embrasser et causes et conséquences [...] surtout aux délibérations guerrières », Montaigne passe directement aux hasards de la communication³ :

Je dis plus, que notre sagesse même, et consultation, suit pour la plupart la conduite du hasard. Ma volonté, et mon discours, se remue tantôt d'un air, tantôt d'un autre, et y a plusieurs de ces mouvemens qui se gouvernent sans moi : ma raison a des impulsions et agitations journalières et casuelles, [...]. (III, 8, *De l'art de conférer*, p. 234-235)⁴

Ce rapport entre les hasards de la guerre et ceux de la communication ressort de manière encore plus claire à la fin du chapitre 47 « De l'incertitude de notre jugement » du premier livre :

Ainsi nous avons bien accoutumé de dire avec raison, que les événements et issues dépendent, notamment en la guerre, pour la plupart, de la fortune, laquelle ne se veut pas ranger et assujettir à notre discours et prudence [...]. Mais à le bien prendre, il semble que nos conseils et délibérations en dépendent bien autant, et que la fortune engage en son trouble et incertitude, aussi nos discours. Nous raisonnons hasardeusement et inconsidérément, dit Timæus en Platon, parce que comme nous nos discours ont grande participation au hasard⁵. (I, 47, « De l'incertitude de nostre jugement », p. 454)⁶

3. Nous savons, bien entendu, que le mot « discours » dans cette citation et dans celle qui suit peut avoir le sens de « raison », « réflexion(s) », ce qui n'aurait rien à voir avec la communication telle qu'on la conçoit ordinairement. Ce que nous appelons « communication » ici est un modèle de production et d'interprétation de sens, selon lequel la langue est fondée bien plus sur des inférences que sur le code linguistique. La communication en tant que dialogue oral (ou écrit) fait partie de ce modèle sans déterminer son caractère.

4. Nous citons Montaigne d'après l'édition d'André Tournon, Paris, Imprimerie Nationale Éditions, 1998.

5. Ce segment est légèrement différent dans l'édition de 1595 : « [...] nos discours ont grande participation à la témérité du hasard » (Jean Céard dir., Paris, Librairie générale française, coll. « La Pochothèque », 2001, p. 467).

6. À peu près les mêmes propos se trouvent également dans I, 24.

Ces deux exemples nous montrent donc un rapport étroit et assez étonnant entre les hasards de la guerre et ceux de la communication, et la première question qui se pose est de savoir pourquoi le hasard envahit, quasi à la manière de l'ennemi, nos conseils, nos délibérations et nos discours. On peut se demander ensuite s'il est possible de donner une explication empirique de la présence de ces hasards de la communication. Mais avant de répondre à cette double question, il convient de se demander quel est précisément ce modèle de communication dans les *Essais*.

Le modèle montaignien de communication

On peut s'accorder sans trop de difficulté sur le fait que le modèle de communication dont il est question dans « De l'art de conférer » est plus proche de la communication de tous les jours que celui mis en avant par les logiciens ou les rhétoriciens. On sait, en effet, que Montaigne supporte mal la façon de penser des logiciens : « Qui a pris de l'entendement en la logique ? où sont ses belles promesses ? » (III, 8, p. 223), ainsi que celle des rhétoriciens : « Voit-on plus de barbouillage au caquet des harengères, qu'aux disputes publiques des hommes de cette profession ? J'aimerais mieux que mon fils apprît aux tavernes à parler, qu'aux écoles de la parlerie » (*ibid.*). D'un autre côté, la citation suivante montre que le modèle de communication que laisse entrevoir Montaigne est assez différent de celui qu'on trouve dans les manuels de conversation honnête (tels ceux de Guazzo et de Castiglione), bien qu'il en emprunte certains traits⁷ :

Pouvons-nous pas mêler au titre de la conférence et communication les devis pointus et coupés que l'alégresse et la privauté introduit entre les amis gaussans et gaudissant plaisamment et vivement les uns les autres ? Exercice auquel ma gaïeté naturelle me rend assez propre. (III, 8, p. 241)

On constate en outre que ce modèle semble comprendre la communication non seulement orale, mais aussi écrite. Car si le modèle des rhétoriciens (« qui ne peuvent rien que par livre », III, 8, p. 224)⁸ est exclu de cette « école d'inquisition » qu'est le monde, cela n'est pas le cas de la lecture des textes :

Et tous les jours m'amuse à lire en des auteurs sans soin de leur science : y cherchant leur façon, non leur sujet. Tout ainsi que je poursuis la *communication* de quelque esprit fameux, non pour qu'il m'enseigne mais pour que je le connaisse. (III, 8, p. 225)⁹

7. Voir les notes de ce chapitre dans l'édition de Jean Céard, *op. cit.*

8. Sinon celui de Socrate qui « dispute plus en faveur des disputants qu'en faveur de la dispute », III, 8, p. 224.

9. C'est nous qui soulignons.

On trouve ce rapprochement (ou même identification) entre communication orale et communication écrite non seulement dans le chapitre sur l'art de conférer, mais aussi dans I, 40, « Considération sur Cicéron », où Montaigne dit qu'il aurait souhaité publier ses *Essais* sous forme de lettres, s'il avait eu « à qui parler ». En outre, si cet interlocuteur avait été un ami (intime), il pense qu'il aurait mieux réussi à communiquer ses *Essais*, que dans la situation où il se trouve en fait, celle d'un écrivain qui doit imaginer ses lecteurs à travers « les divers visages d'un peuple » :

J'eusse été plus attentif et plus sûr ayant une adresse forte et amie, que je ne suis, regardant les divers visages d'un peuple. Et suis deceu s'il ne m'eût mieux succédé. (I, 40, p. 408)

À partir de ces exemples, on peut donc conclure que le modèle de communication qui ressort des *Essais* porte sur la communication écrite aussi bien que sur la communication orale ; et en outre, que ce modèle ne cherche pas à escamoter les hasards de la communication. La question qui se pose ensuite, c'est celle de savoir s'il existe des théories de la communication qui sont susceptibles de rendre compte d'un tel modèle. Celle qui semble la plus pertinente est, précisément, la théorie de la pertinence, développée par Sperber et Wilson dans les années 1980, car cette théorie propose en fait un modèle de communication verbale qui porte à la fois sur l'oral et sur l'écrit, et qui en même temps rend compte des hasards de la communication. Autrement dit, elle offre une explication non seulement du succès de la communication, mais aussi de ses échecs. Pour voir dans quelle mesure cette théorie peut éclairer les *Essais*, il convient ainsi de donner une brève esquisse du modèle proposé par Sperber et Wilson¹⁰.

Le modèle de communication selon la théorie de la pertinence : brève esquisse

Selon Sperber et Wilson, la communication inclut non seulement le fait de communiquer le sens d'un énoncé ou d'un texte, mais aussi l'interprétation de celui-ci. Cette interprétation se réalise de deux manières distinctes : par le déchiffrement du code (ou sens) linguistique, et par des processus inférentiels à partir du contexte. Il existe en d'autres termes un écart entre le sens linguistique et le sens intentionnel, et cet écart doit être rempli par des inférences faites à partir de prémisses contextuelles ou pragmatiques. Cela semble d'ailleurs aller sans dire, car on sait bien que l'interprétation d'un texte, ou d'un aspect d'un texte,

10. Dan Sperber & Deirdre Wilson, *On relevance : Communication and cognition*, Oxford, Blackwell, 1995 [deuxième édition].

dépend en grande partie de prémisses contextuelles. Ce qui en revanche est plus controversé, c'est que les pragmaticiens font intervenir le contexte également au niveau du code ou sens linguistique, c'est-à-dire que même l'interprétation d'un mot dépend de prémisses contextuelles.

Prenons l'exemple du mot « hasard » : on sait (à partir des dictionnaires) que ce mot a plusieurs acceptions : il peut signifier *risque*, *accident*, *danger* ou *ce qui arrive sans raison apparente*. Là où les acceptions qui entrent en jeu dans un cas donné dépendent du contexte qu'on peut associer au mot. Dans nos deux premières citations, par exemple, il semble raisonnable d'attribuer aux hasards de la communication le sens de *risque*, même de *danger*, du fait que ces hasards se manifestent dans un contexte où il est question des hasards de la guerre. Les connotations de *risque* et même de *danger* sont donc inférées d'une part à partir du contenu linguistique du mot « hasard » (qui effectivement compte ceux-ci parmi ses sens), d'autre part à partir d'informations tirées du contexte.

Une fois qu'on a accepté le rôle que joue le contexte dans l'établissement du sens, même d'un seul mot, la question qui se pose est de savoir ce qui régit la sélection du contexte. Selon Sperber et Wilson, c'est le principe de pertinence. Ce principe implique un équilibre entre le coût cognitif, c'est-à-dire l'effort qu'on investit dans le processus de l'interprétation, et les effets (contextuels) qu'on en obtient. Lorsque nous avons attribué au mot hasard, soit aux hasards de la communication, le sens de *risque*, *danger*, c'est parce que c'était ce sens-là qui nous est venu à l'esprit en premier, vu le contexte dans lequel le mot se trouvait.

Ce n'est pourtant pas seulement le destinataire qui est responsable du succès de la communication ; le locuteur l'est aussi, car il a intérêt à s'exprimer de telle manière que son interlocuteur puisse inférer l'interprétation qu'il souhaite. Montaigne montre qu'il a bien vu cette double responsabilité de l'acte communicatif lorsqu'il dit : « La parole est moitié à celui qui parle, moitié à celui qui l'écoute » (III, 13, « De l'expérience », p. 460). Mais cette maxime célèbre révèle aussi un autre aspect très important de la communication, notamment son aspect économique, le fait que seulement une partie de l'information se communique de manière explicite. Comme nous l'avons déjà démontré, ce qui permet d'économiser sur la communication, de transmettre une bonne partie de l'information de manière implicite, c'est le contexte. Le locuteur et son interlocuteur présupposent plus précisément un contexte mutuel, c'est-à-dire qu'ils supposent que l'un et l'autre possèdent suffisamment de connaissances mutuelles (culturelles, linguistiques, etc.) pour qu'une partie de la communication puisse s'effectuer de manière implicite. C'est enfin justement cette notion de « contexte mutuel »¹¹ qui permet aux théoriciens de la pertinence d'expliquer les hasards de la communication. Car, du

11. Ou plutôt de contexte mutuellement manifeste, car il est rendu manifeste par l'énoncé.

fait que cette notion n'implique pas que le locuteur et l'interlocuteur possèdent exactement les mêmes connaissances¹², mais seulement qu'elles sont *supposées* mutuelles, elle admet la possibilité que la communication peut échouer.

Il sera évident que le modèle de communication que nous venons de présenter est fondé sur une conception de la langue qui considère celle-ci comme un phénomène cognitif¹³. La dernière question que nous allons poser ici est de savoir si Montaigne était conscient de la dimension cognitive de la langue et si, en outre, il avait à l'esprit, lorsqu'il réfléchissait sur la communication verbale, un principe qui pourrait rappeler celui de pertinence.

Ordre, pertinence et hasards de la communication

Que Montaigne fût conscient de la dimension cognitive de la langue, ressort, à notre avis, de l'intérêt obsédant qu'il montre pour le fonctionnement, souvent imprévu et étonnant, de son esprit. On constate cet intérêt déjà dans « De l'oisiveté » (I, 8), où Montaigne s'étonne des « chimères et monstres fantasques » (p. 84) qu'enfante son esprit, ou bien, à travers le souvenir de sa chute de cheval, dans « De l'exercitation » (II, 6), qui lui permet de constater que le retour des fonctions de l'âme « naissaient avec même progrès que celles du corps » (p. 72). En fait, nous voyons dans cette obsession avec le fonctionnement et les produits de son esprit, plutôt un intérêt pour ses processus mentaux que la construction d'une identité au sens moderne, qu'on a souvent voulu prêter aux *Essais*. Mais cette conscience de la langue comme résultat de processus mentaux se laisse saisir le mieux, sans doute, dans le chapitre sur l'art de conférer, notamment à travers l'exemple d'une situation de communication orale :

[...] quand je débats contre un homme vigoureux, je me plais d'anticiper ses conclusions, je lui ôte la peine de s'interpréter, j'essaye de prévenir son imagination, imparfaite encore et naissante, l'*ordre* et la *pertinence* de son entendement m'avertit et menace de loin. (III, 8, p. 238)¹⁴

12. Ce qui est le cas du concept de « savoir partagé » qui, du fait qu'il implique que le locuteur et l'interlocuteur possèdent exactement les mêmes connaissances, exclut les malentendus de la communication, et du coup la possibilité d'en rendre compte.

13. Le concept de contexte dont nous avons parlé, par exemple, est un concept cognitif, c'est-à-dire qu'il ne renvoie pas à des paramètres co-textuels, extratextuels, historiques ou autres, mais consiste en des informations tirées de ceux-ci : des données encyclopédiques et perceptuelles, ainsi que des informations tirées de l'interprétation des énoncés précédents. Voir Jacques Moeschler et Anne Reboul, *Pragmatique du discours. De l'interprétation de l'énoncé à l'interprétation du discours*, Paris, Armand Colin, 1998, p. 45-46.

14. C'est nous qui soulignons.

Ce qui frappe en premier dans cette description d'une scène de communication orale est l'aspect économique de la communication : l'interlocuteur de Montaigne est « vigoureux » au point qu'il n'a presque pas besoin de parler, Montaigne sait déjà ce qu'il va dire. Mais l'aspect le plus intéressant de cette description, du moins pour un théoricien de la pertinence, c'est le fait que c'est l'*ordre* et la *pertinence* du jugement de l'homme vigoureux qui détermine le succès de ses propos. Comme on le voit, l'ordre apparaît ici explicitement comme synonyme de la pertinence. Dans la première partie du chapitre déjà, Montaigne insiste en fait sur ce rapport entre ordre et pertinence. Peu importe la « matière », « les opinions » ou même « la victoire du sujet », si seulement « la conduite du débat se suit avec ordre » (III, 8, p. 221). L'ordre se définit ici par opposition à « la force » et « la subtilité » ; il s'exemplifie par la communication de tous les jours des « bergers et enfants de boutique » qui, malgré leur « tumulte et impatience », ont cette capacité de répondre « à propos » (*ibid.*). À travers tout ce chapitre sur l'art de conférer donc, la notion d'ordre a explicitement le sens de pertinence¹⁵, ce qui nous permet d'argumenter non seulement qu'il occupe une place centrale dans le modèle montaignien de la communication, mais aussi qu'il se rapproche du principe de pertinence des théoriciens de la pertinence.

Montaigne savait pourtant, autant que ces derniers, que communiquer avec un interlocuteur qui maîtrise la pertinence est une chose rare. Dans la plupart des cas, on converse avec des gens dont les propos ne sont pertinents que si la fortune, comme le dit Montaigne, « rencontre pour eux ».

Pour conclure, et pour revenir à l'aspect écrit de la communication, il est curieux d'observer que lorsque Montaigne réfléchit sur les productions de son esprit, on trouve souvent la notion d'ordre liée à celle de hasard. Les chimères et monstres fantasques qui échappent à Montaigne dans le chapitre « De l'oisiveté », par exemple, sont « sans ordre, et sans propos », c'est-à-dire sans pertinence, et dans le chapitre « De l'amitié », ses *Essais* sont qualifiés de « crottesques et corps monstrueux, rapiécés de divers membres, sans certaine figure, n'ayant ordre, suite ny proportion que fortuite » (I, 28, p. 310). Donc s'il y a de l'ordre dans ceux-ci, cet ordre est complètement fortuit.

Nous argumenterons pourtant que, loin de réduire l'importance de l'ordre pour les *Essais*, ce rapport entre ordre et hasard représente plutôt une reconnaissance de la place du hasard dans la communication montaignienne¹⁶. Comme

15. La notion d'ordre a, bien entendu, plusieurs acceptions dans les *Essais* ; selon le contexte, elle peut désigner l'ordre moral, politique, militaire, etc.

16. Montaigne porte, en effet, l'attention sur un phénomène qui s'est avéré difficile à expliquer à l'intérieur d'un modèle de communication (à l'exception de celle de la pertinence, les théories de la communication passent sous silence ce phénomène).

nous l'avons proposé par rapport aux deux premiers exemples, si Montaigne fait suivre une insistance sur les hasards de la guerre par l'évocation du même phénomène dans la communication, c'est qu'il a voulu faire ressortir l'élément de risque, c'est-à-dire le risque des malentendus qui peuvent survenir à tout moment dans une situation communicative. Il a peut-être même voulu faire ressortir un élément de danger : puisqu'on n'est pas en mesure de contrôler complètement ses paroles, une fois qu'elles sont prononcées, elles risquent d'être interprétées d'une manière différente de celle prévue par le locuteur. On sait que Montaigne, comme tout écrivain d'ailleurs, doit imaginer ses lecteurs à travers les « divers visages d'un peuple ». On sait aussi que si son lecteur idéal était l'ami intime, c'est parce qu'il croyait pouvoir mieux réussir à communiquer ses écrits à un tel lecteur. Cette conscience du risque de la communication ne l'empêche pas pour autant de s'exprimer, comme le montre notre dernière citation :

Je hasarde souvent des boutades de mon esprit desquelles je me défie, et certaines finesses verbales de quoi je secoue les oreilles : mais je les laisse courir à l'aventure. (III, 8, p. 248)

Philippe Desan a affirmé dans sa contribution au présent colloque que le hasard organise l'écriture de Montaigne¹⁷. Nous n'irons pas aussi loin, parce que nous pensons qu'il faut bien prendre en compte la notion d'ordre, au sens de pertinence, si l'on veut considérer l'écriture de Montaigne, ou plus précisément, la communication qui se fait par écrit dans les *Essais*. Cela dit, et à la lumière de ma dernière citation, on peut bien s'imaginer que le risque de la communication, le risque qu'elle s'aventure souvent au hasard, représente pour Montaigne une source féconde d'improvisation, ou même une source accidentelle de connaissances.

Kirsti Sellevold, Université d'Oslo

17. Philippe Desan, « “Le hasard sur le papier” ou la forme de l'essai chez Montaigne », dans *Hasard et Providence XIV^e-XVII^e siècles. Actes du cinquantième de la fondation du CESR et XLIX^e Colloque International d'Études Humanistes, Tours, 3-9 juillet 2006*, Tours, CESR, coll. « La Renaissance en ligne », 3 avril 2007, p. 6 et 8, <http://www.cesr.univ-tours.fr/Publications/HasardetProvidence/fichiers/pdf/11_Desan.pdf>.