

Communication en Question

www.comenquestion.com

Deuxième semestre, Vol. 1, n°2, Octobre / Novembre 2013

L'UTOPIE DE LA COMMUNICATION UNILATÉRALE

Utopia of the unilateral communication

Kacou GOA¹

Maitre-Assistant

Université Félix Houphouët-Boigny

goakacou@yahoo.com

¹ GOA Kacou est titulaire d'un doctorat unique en sciences de la Communication. Il se spécialise dans le Management et la Communication des organisations. Il est auteur de l'ouvrage « La communication de crise au Port autonome d'Abidjan », paru aux Editions L'Harmattan en 2013.

RÉSUMÉ

La communication interpersonnelle se caractérise souvent par de nombreux échanges entre individus. Il semble illusoire de parler de communication unilatérale dans une communication interpersonnelle quand on sait que tout chez l'humain est porteur de message. Deux personnes en présence communiquent déjà leur physique, leur culture et leur statut de diverses manières : forme, tenue vestimentaire, gestes, posture et différentes attitudes. Dans la visée, il importe de savoir que tout langage humain est un message, comprenant le contenu d'une communication entre moi et autrui, entre autrui et moi, entre autrui et autrui... De prime abord, il s'agit de montrer des fonctions et hypothèses qui nous paraissent marquer le champ de la communication, d'un point de vue historique. Ensuite, il y a de nouvelles problématiques susceptibles de modifier la perception de la communication unilatérale. Diversement, des individus peuvent communiquer entre eux par un code, par écrit, par gestes, par téléphone... Dans tous les cas, on estimera que la communication a eu lieu si la réception du message a une incidence observable sur le comportement du destinataire. Toute communication comporte donc toujours une « méta communication » exprimée par le ton employé, les expressions et les attitudes qui viennent se greffer sur le contenu premier du message.

177

Mots-clefs : Communication, unilatérale, Utopie, Synallagmatique, Message

ABSTRACT

The interpersonal communication is often characterized by many exchanges between the individuals concerned. It is illusory of speaking about unilateral communication in an interpersonal communication when it is known that all at the human one is carrying message. Two involved people communicate already their physics, their culture and their statute by various manners: form, appropriate dress, gestures, posture and various attitudes. In the aiming, it is important to know that any human language is a message, including the contents of a communication between me and others, between others and me, between others and others... First of all, it is a question of showing functions and assumptions which appear to us to mark the field of the communication, from a historical point of view. Then, there are new problems likely to modify the perception of the unilateral communication. Variously, individuals can communicate between them by a code, in writing, by gestures, telephone... In all the cases, it will be estimated that the communication took place if the reception of the message has an observable incidence on the behavior of the recipient. Any

communication thus comprises always a “méta communication” expressed by the tone employed, the expressions and the attitudes which come to be grafted on the contents first of the message.

Keywords: Communication Unilateral- Utopia- Synallagmatic-Message

Introduction

La communication interpersonnelle implique généralement deux acteurs : émetteur et récepteur. Communiquer, c'est mettre en commun une information, une idée ou une attitude. Les processus de communication sont ainsi des modèles mécanistes ou physiques de diffusion de l'information entre deux personnes. On distingue deux grands types de progression communicationnelle: la communication unilatérale ou linéaire et la communication bilatérale ou synallagmatique.

De ce fait, la communication interpersonnelle est la transmission et la réception d'idées, de faits, d'opinions, d'attitudes et de sentiments de façon verbale ou non-verbale ou des deux façons à la fois, qui produisent une réaction (Goa, 2013 :153). Dans la visée, il importe de savoir que tout langage humain est un message, c'est-à-dire le contenu d'une communication entre moi et autrui, entre autrui et moi, entre autrui et autrui... Etant donné que la communication interpersonnelle se caractérise souvent par de nombreux échanges entre les individus concernés, il est rare de voir une personne émettrice uniquement et une autre réceptrice exclusivement. Ils échangent constamment leur rôle. Tout dépend de la position qu'occupe chacun des interlocuteurs à un moment précis.

Par conséquent, n'est-il pas illusoire de parler de communication unilatérale dans une communication interpersonnelle quand on sait que tout chez l'humain est porteur de message?

Cette interrogation sera au centre de cet article qui traitera, de prime abord, des fonctions et hypothèses qui nous paraissent marquer le champ de la communication, d'un point de vue historique. D'autre part, il y a de nouvelles problématiques susceptibles de modifier la perception de la communication unilatérale.

1-Echantillon de la communication

Notre étude s'appuie sur un échantillon de dix (10) définitions en rapport avec la communication, et surtout la communication interpersonnelle. C'est une sélection qui nous permet de traiter notre problématique sur la réalité ou non de la communication unilatérale. Lesdites définitions sont les suivantes :

Par « Communication », on entend l'ensemble des informations, des messages, des signaux de toute nature que l'entreprise émet en direction de ses publics-cibles » (Lendrevie, J. et Lindon, 1997 :441);

« La forme directe (communication directe) permet aussi à l'émetteur et au receveur d'interpréter simultanément le langage gestuel, le ton de la voix et l'expression du visage » (Hellriegel, D. et al, 1989 :196);

« Les langages parlés ou écrits sont constitués par une séquence de gestes physiques (signes et symboles), ou par une succession de sons qui forment des mots, des phrases, des discours... » (Falconi, A, 1992 :11) ;

« La communication non verbale concerne les réactions humaines qui ne s'expriment pas par des mots (comme les mouvements corporels et les manifestations physiques personnelles) » (Hellriegel, D. et al. Op.cit : 211) ;

« La rétroaction est la réponse consciente ou inconsciente donnée par le récepteur au message reçu » (Picard, D, 1983 : 26)²

² Après avoir suivi un cursus de Lettres Modernes, Dominique Picard a engagé des études de psychologie à l'Université Paris X. Elle y a soutenu une thèse en

« La persuasion consiste en une communication intentionnelle qui a un effet sur la façon dont les gens pensent, ressentent et/ou agissent envers un objet, une personne, un groupe, une idée » (Bromberg, M. et Trognon, A, 2004 : 10)³ ;

« La persuasion est le processus qui consiste à préparer et délivrer des messages verbaux et non verbaux à des individus autonomes dans le but de modifier, d'altérer ou renforcer leurs attitudes, croyances et comportements » (Woodward G. C. et Denton R. E. : 1992)⁴;

« La communication est alors considérée comme un système complexe qui prend en compte tout ce qui se passe lorsque des individus entrent en interaction et fait intervenir à la fois des processus cognitifs, affectifs et inconscients » (Alleau R. : 1977)⁵;

« La communication interpersonnelle est un processus naturel entre deux personnes. Quoiqu'il se passe entre deux personnes, il y a communication. » (Ruesch J. et Bateson G. :1951)⁶;

« Si l'homme a besoin du langage, ce n'est pas seulement pour communiquer du sens, c'est en même temps pour écouter et reconnaître son existence » (Xingjian D. G, 2000 : 1)⁷

psychologie sociale, dirigée par Jean Maisonneuve et parue chez Dunod en 1983 sous le titre "Du code au désir. Ses recherches se situent dans une orientation épistémologique interactionniste et systémiste.

³ Partant de la définition première des phénomènes de communication proposée par Moscovici en 1984 comme étant *« les échanges de messages linguistiques et non linguistiques (images, gestes, ...) entre individus et groupes ... utilisés pour transmettre une certaine information et influencer autrui »*, ils soulignent aujourd'hui l'importance, pour toute communication verbale, des mécanismes inférentiels au côté des mécanismes de décodage plus classiquement établis, et précisent que le jeu social d'influence a presque toujours une visée persuasive.

⁴ Tiré le 20 octobre 2013 de www.amazon.com › ... › *Social Sciences* ›

⁵ Extrait le 05 novembre de www.inlibroveritas.net/lire/oeuvre2247-chapitre4092.html

⁶ Extrait de www.readcube.com/articles/10...0539018468007002...

⁷ Extrait du discours de la réception du prix Nobel, décembre 2000.

Cet échantillon vise à mettre en exergue certaines caractéristiques communes suffisamment structurantes pour organiser la réflexion sur la réalité de la communication unidirectionnelle. En somme, ces définitions amènent-elles à modifier les croyances, connaissances et fondements de la communication interpersonnelle ? Autrement, ces prototypes de définitions exposent deux types de conception : la communication comme un processus et la communication comme un résultat, un effet.

En outre, certaines théories modernes, théories des communications, ne permettent-elles pas de mieux comprendre les règles qui régissent tout processus informationnel et d'en tirer des conclusions qui ne peuvent manquer d'être pratiques et utilisables pour toute personne ? Une des critiques que l'on peut faire à la conception de la communication comme système est qu'elle restreint les limites du champ d'étude, car elle ne prend en compte que les mécanismes dans lesquels les informations sont transmises au récepteur.

181

2-Fondements de la communication unilatérale comme processus unicomunicationnel

La communication unilatérale peut être analysée comme la transmission de données à sens unique. C'est la communication unidirectionnelle. Pour Paul Ricoeur⁸, ce qui caractérise la communication, c'est d'être unilatérale. On définit ainsi la communication unilatérale comme la transmission d'un message par un locuteur à un receveur en excluant toute possibilité de rétroaction directe officielle ou consciente. Ce processus à sens unique se soucie peu des avis du destinataire, et ne favorise pas la communication dialoguée entre personnes dans l'organisation. Selon P. Ricoeur, il ne peut y avoir de totalité de la communication. Or la communication serait la vérité si elle était totale⁹.

⁸ Philosophe français, né à Valence le 27 Février 1913. Après sa thèse sur la phénoménologie de la volonté, il devient professeur à la Sorbonne puis doyen de l'université de Nanterre,

⁹ L'herméneutique comme méthode interprétative singulière et complexe reste la problématique fondamentale du philosophe. Selon Paul Ricoeur, l'écriture doit permettre de connaître la réalité obscure de ses intentions.

L'aspect mécaniste lié au processus physique de propagation de l'information, gouverne les destinées de cette vision liée à la théorie mathématique de la communication. Cette théorie est née avec la conception de ses préceptes essentiels. Elle est l'œuvre de Claude Shannon¹⁰ qui en est le père fondateur avec son article « *A Mathematical Theory of Communications* » publié en 1948. Le schéma de Shannon montre une structure linéaire unidirectionnelle. La communication est décomposée en étapes, en séquences de processus qui s'enchaînent. La théorie mathématique de la communication met ainsi en exergue trois phases :

- La phase d'encodage de l'émetteur: elle comprend toutes les actions qui interviennent dans la sélection et la codification de l'information ;
- La phase de transmission: elle concerne le cadre, les moyens et canaux utilisés pour diffuser le message ;
- La phase de décodage du récepteur: elle comprend tous les éléments qui interviennent dans le décryptage, la réception et la compréhension de l'idée émise.

Au demeurant, la théorie de Shannon n'est-elle pas caractérisée de théorie de l'information ? Le concept intellectuel d'information a été introduit à partir de recherches théoriques sur les systèmes de télécommunication. Shannon détermine l'information comme une grandeur observable et mesurable, et celle-ci devient l'élément primordial de la théorie de la communication qu'il élabore avec Warren Weaver¹¹. Ce philosophe de la communication complète le schéma de Shannon en y introduisant un *récepteur sémantique* entre le récepteur technique (qui transforme les signaux en message) et le destinataire. De même, Weaver conseille d'introduire entre source et émetteur un

¹⁰ Claude SHANNON (1916-2001) est un chercheur intégré dans les laboratoires de recherche de Bell à New York, société active de la télégraphie et la téléphonie ; ingénieur électricien et mathématicien.

¹¹ Warren WEAVER (1896-1978) est un mathématicien, philosophe de la communication. Il a « humanisé » le schéma purement technique de Shannon. Modèle présenté dans l'ouvrage « *Théories mathématiques de la communication* » (1949) de Shannon et Weaver.

principe additionnel qualifié de *bruit sémantique*, rendant compte de phénomènes de troubles ou de distorsion de signification.

En fait, Shannon et Weaver tentent d'améliorer l'efficacité du système informationnel par la maîtrise de la thermodynamique et de la mécanique statistique. Pour eux, *l'entropie* matérialisée par les obstacles ou bruits explique le degré de désordre d'un système. Un *système d'information* (SI) est un ensemble organisé de ressources (matériels, logiciels, personnel, données et procédures) qui permet de regrouper, de classer, de traiter et de diffuser de l'information sur un environnement donné. Selon Hugues Angot, un SI (système d'information) est un réseau complexe de relations structurées où interviennent hommes, machines et procédures qui a pour but d'engendrer des flux ordonnés d'informations pertinentes provenant de différentes sources et destinées à servir de base aux décisions. Il s'agit de concevoir comment circule et est stockée l'information de façon efficace et cohérente pour toutes les activités d'une entreprise, d'un réseau d'entreprises, d'une administration publique, des relations entre entreprises, citoyens, gouvernements...

Jürgen Habermas trouve en la culture et dans les médias de masse des outils énormes d'anéantissement de la subjectivité humaine. La dissolution de la personnalité de l'être pensant s'effectue par le perfectionnement angoissant de la logique instrumentale. Les médias de masse, selon lui, ne favorisent pas le feedback immédiat : ils éliminent toute alternative de rétroaction. Il confirme ici l'optique de la communication unilatérale. Selon un modèle canonique, la communication est la transmission d'une information d'un émetteur E à un récepteur R par le biais d'un canal C... Cela s'applique à des situations aussi diverses que raconter une histoire, lire les informations dans le journal, appeler un ami au téléphone pour donner une information, participer à une réunion de travail, regarder la télévision, etc.

Les contributions les plus sérieuses sont dues à la participation des mathématiciens et des ingénieurs des télécommunications, qui ont été amenés à découvrir les propriétés conceptuelles de tout système de signaux utilisé par les êtres, vivants ou techniques, à des fins de communication. Cette théorie est née de préoccupations techniques pratiques. De ce fait, le vecteur principal de la théorie est celui d'un système de communications où un humanoïde (émetteur) transmet un message à un autre automate (récepteur) à travers un canal matériel/énergétique donné. Ainsi, le message codé est transmis, de l'émetteur au récepteur à travers le canal, sous forme de signes ou signaux portés par de la matière/énergie. Par exemple, quand un professeur d'amphi donne un cours magistrale, il n'y a pas de rétroactions *officielles* de la part des étudiants. Cet exemple fait abrogation de certaines caractéristiques liées à la nature humaine dans ses rapports avec les messages et leur interprétation.

On perçoit dans cette théorie de l'information unidirectionnelle la relation entre deux robots ou une machine avec un humain. Cette conception informationnelle unilatérale est en étroite relation avec la cybernétique ou la théorie des machines. La cybernétique est une discipline entamée par Norbert Wiener en 1948¹². Elle est définie comme étant l'étude de la théorie de la commande et de la communication tant dans la machine que dans les êtres vivants. En effet, dans la conception de Wiener, la cybernétique n'est pas seulement une science des machines mais s'intéresse à tout système, vivant ou non, capable d'autocontrôle et de communication. *La cybernétique* est donc la science du contrôle et des communications dans l'homme, l'animal et la machine. Cette science se donne pour objet l'étude des systèmes vivants et non vivants ; la science des régulations au sein des organismes vivants et des machines. Wiener lie la commande (de la machine) à la communication de l'information. C'est une révolution.

¹² Norbert Wiener (1894 – 1964) mathématicien américain, théoricien et chercheur en mathématiques appliquées, il incarne le père fondateur de la science générale des systèmes mieux connue sous l'appellation de *cybernétique* qu'il définit dans son ouvrage «*Cybernetics or control and communication in the animal and the machine*» (1948)

La communication cesse d'être conçue comme linéaire. Elle devient circulaire (boucle) : émetteur et récepteur interagissent. Il en est de même pour la théorie mathématique de la communication. Cependant la définition mathématique de l'information ne pourrait s'appuyer ni sur la forme matérielle/énergétique, ni sur le contenu cognitif des messages émis : leur contenu sémantique est laissé de côté, de même que leur contenant physique, pour ne s'intéresser qu'aux aspects mathématiques. La vision de Weaver accrédite cette thèse liée à trois niveaux des problèmes de communication à savoir :

- aspect *technique* : précision de transmission des symboles de la communication
- aspect *sémantique* : les symboles véhiculent-ils la signification désirée ?
- aspect d'*efficacité* : influence sur les comportement et attitudes.

Cette perception tend à renforcer le doute sur l'existence de la communication interpersonnelle unilatérale.

3. Effets et résultats de la communication : inexistence de la communication unilatérale

L'une des caractéristiques fondamentales de la théorie mathématique de la communication est l'exclusion de la sémantique. Les effets ou impacts et les résultats du message sur la cible sont aussi ignorés. La théorie de l'information est indifférente à la signification des messages. Le sens d'un message peut pourtant être considéré comme essentiel dans la caractérisation de l'information. Mais le point de vue de la théorie de l'information se limite à celui d'un messenger dont la fonction est de transférer un objet. Cette approche superficielle et limitative montre notamment les limites de l'existence de la communication interpersonnelle unilatérale. La communication interpersonnelle comprend des éléments verbaux et non verbaux.

Pour Edward Twitchell Hall¹³, les outils paralinguistiques (non-verbaux) peuvent constituer un mécanisme autonome. Le langage silencieux n'est pas totalement différent du langage verbal : code, arbitraire, conventionnel... Il varie d'une culture à une autre. La notion d'espace dans la communication est conduit par la culture, les lieux, la classe sociale ou encore le contenu du message adressé. Edward T. Hall, le père de la proxémique, ou l'étude du positionnement dans l'espace, a travaillé sur les distances de la portée de la voix selon différents critères dont il a tiré un livre « *The Silent Language* », publié en 1959. Son hypothèse primaire est que la distance est un outil de communication complexe et élaboré. Il a ainsi défini les quatre distances de communication chez l'homme : la distance intime, la distance personnelle, la distance sociale et la distance publique. Cette position aura pour conséquence la sensation suivante : il est impossible de ne pas communiquer. Activité ou inactivité, parole ou silence, tout a valeur de message.

C'est pourquoi il ne faut pas considérer que la notion d'information est entièrement cernée par la théorie de l'information de Shannon, ou la théorie algorithmique (mathématique) de l'information. Ce concept a besoin d'une variété de modélisations formelles pour s'exprimer. L'auditeur est rarement un sujet passif qui se contente d'enregistrer les données transmises : Il les filtre, les distingue, les transforme. Le canal et le contexte de la communication interviennent à leur tour sur le contenu du message. On discerne surtout que communiquer ce n'est pas seulement informer, c'est aussi tenter d'influencer autrui, à se mettre en scène, à séduire ou à se défendre. Bref, la portée d'une communication est contextuelle et culturelle. C'est une opération complexe, soignée et délicate dont il importe de dévoiler les ressorts cachés si l'on veut mieux

¹³ HALL est un anthropologue américain et un spécialiste de l'interculturel. Le concept le plus connu de Edward T. Hall est la proxémie (distance physique qui s'établit entre des personnes prises dans une interaction). Dans son livre *La dimension cachée*, il décrit la dimension subjective qui entoure quelqu'un et la distance physique à laquelle les individus se tiennent les uns des autres selon des règles culturelles subtiles.

en appréhender et en maîtriser l'art. Le canal de transmission possède aussi sa propre logique et contribue à donner au message une force ou une coloration particulière. Avec sa célèbre formule « le médium est le message » (Macluhan H. M. :1968)¹⁴, Herbert Marshall Macluhan (1911-1980)¹⁵ voulait montrer combien le support du message - parole, écrits, images télédiffusées - pouvait agir directement sur le message lui-même.

En effet, la forme non-linguistique ou non-verbale contient de nombreux messages occultés. Elle sait influencer le processus et le résultat de la communication verbale, de manière positive ou de façon négative. Ainsi, un employé qui demeure silencieux (forme non-verbale) en présence d'autres en communication (forme verbale) dans une situation donnée, est dans une phase de transmission d'information. La communication non-verbale accompagne toutes les autres formes de communication, parlée et écrite. La forme non-verbale ou non-linguistique comprend les réactions humaines et les images ou éléments iconographiques qui ne se manifestent pas par des mots ou la parole. Au demeurant, la communication non-verbale concerne les signes sémiologiques contenus dans l'environnement de l'entreprise. Ainsi, ces attitudes peuvent s'exprimer par des cris, un sourire, et une infinité d'autres manières comme l'ont dit Paul Watzlawick et les autres dans « *Une logique de la Communication* » (Watzlawick et al : 1967)¹⁶.

L'information de Fisher¹⁷ semble ainsi parfois avantageusement remplacer l'information de Shannon dans la mesure où elle est une

¹⁴ Consulter cette citation sur fr.wikipedia.org/wiki/Marshall_McLuhan

¹⁵ Herbert Marshall Macluhan (21 juillet 1911 - 31 décembre 1980) est un philosophe, un sociologue canadien et un théoricien de la communication. Il est l'un des fondateurs des études contemporaines sur les médias.

¹⁶ Watzlawick, Beavin et Jackson écrivent que la communication humaine peut se diviser en trois domaines: syntaxe, sémantique et pragmatique. Avec Janet H. Beavin et [Donald D. Jackson](#), *Une logique de la communication*, 1967, Norton, trad. Seuil, 1972 ([ISBN 978-2020052207](#))

¹⁷ L'information de Fisher est une notion de statistique introduite par R.A. Fisher qui quantifie l'information relative à un paramètre contenue dans une

quantification locale et non globale de l'information contenue dans une distribution. Ces deux notions sont liées et peuvent dans diverses applications mener aux mêmes résultats. Les objectifs du destinataire et du destinataire influencent énormément la progression de la communication. Du côté du récepteur - qu'il soit allocutaire, locuteur ou spectateur-, il existe aussi plusieurs éléments de perturbation de la communication. La personne qui recueille une information n'est pas un réceptacle inactif qui se contenterait d'enregistrer et d'absorber les informations recueillies. Le récepteur est toujours un sujet qui examine, filtre, décrypte, traduit les données. L'image d'un auditeur passif à qui on n'inculque un message comme on injecte un produit avec une seringue s'avère donc inopérante. Dans son ouvrage « *Politics Who Gets, What, When How?* », Harold Dwight Lasswell expose la façon de réagir le public devant les campagnes électorales. Il propose une grille de lecture des six vecteurs de l'influence médiatique, à savoir : Qui ? (acteur), Quoi ? (objet ou message), Quand ? (moment), Où ? (lieu ou environnement), Comment ? (manière ou méthode), A qui ? (cible ou récepteur). La communication acquiert à travers cette équation une indispensabilité. Le pouvoir de la communication de masse et des médias de masse a un impact remarquable sur la société. Les effets de la publicité, de la propagande sur la population sont des exemples de la réaction dans toute communication.

Le processus de communication synallagmatique est celui qui est plus vraisemblable dans une organisation humaine. Ce processus s'identifie au schéma des échanges interpersonnels, c'est-à-dire la communication bilatérale. C'est le processus de communication à double sens ou circulaire. La communication synallagmatique fait intervenir une rétroaction dans le cheminement de la communication unilatérale. Cette progression omnidirectionnelle donne plus d'éclaircissement au message, car le destinataire, par le biais du feedback, peut vérifier si le récepteur a compris le message émis. L'émetteur peut chercher à

distribution. On peut consulter aussi Olivier Rioul, *Théorie de l'information et du codage*, Hermes Science - Lavoisier, 2007

atteindre certains buts par le moyen de la communication. Il peut s'agir pour lui de compléter ou de changer les idées, les opinions, les attitudes ou le comportement du récepteur ou encore de modifier sa relation avec celui-ci. Si l'interlocuteur n'est pas d'accord quant au but poursuivi, on verra très vraisemblablement se produire des distorsions et des malentendus au cours de la communication. Plus faibles seront les divergences des interlocuteurs quant à leurs buts, leurs attitudes et leurs valeurs, plus grande sera la possibilité de réaliser une bonne communication. C'est ce qu'affirme Karim Bribri, lorsqu'il affirme que la communication est un acte d'information : dans toute communication, il y a nécessairement transmission d'information. Mais elle est plus qu'un simple échange d'informations entre un émetteur et un récepteur. C'est un processus de partage de sens par l'interprétation réciproque de mots, de signes, de gestes...

Diversément, des individus peuvent communiquer entre eux par un code, par écrit, par gestes, par téléphone... Dans tous les cas, on estimera que la communication a eu lieu si la réception du message a une incidence observable sur le comportement du destinataire. Ceci ne signifiant pas que le message a été compris : il faut distinguer réception et compréhension dans la communication. Par ailleurs, le message provenant d'un émetteur peut être reçu par des récepteurs différents et prendre pour chacun d'eux un sens et une valeur différents suivant leurs situations respectives. Toute communication comporte donc toujours une « méta communication » exprimée par le ton employé, les expressions et les attitudes qui viennent se greffer sur le contenu premier du message. La forme prise par le message constitue en elle-même un message. Les chercheurs de l'École de Palo Alto¹⁸, Grégory Bateson (1904-1980) et Paul Watzlawick (né en 1921) furent les premiers à mettre en évidence

¹⁸ En psychologie, l'école de Palo-Alto est un courant de pensée et de recherche développée par l'Autrichien Paul Watzlawick, dans la ville de Palo Alto en Californie, à partir de 1950. Opposé à la théorie Freudienne, il s'agit de traiter les malades non plus suivant le schéma classique en psychanalyse (névrose/psychose) mais en travaillant sur les interactions « actuelles » du patient avec l'environnement. Par extension, ces recherches abordent le domaine de l'organisation dans l'entreprise.

la pluralité des niveaux de communication contenus dans un message. Toute information comporte une double face : un contenu explicite et un contenu implicite.

Communiquer, ce n'est pas simplement transmettre de l'information comme le veut la théorie canonique de Shannon. Le psychosociologue Alex Mucchielli (2006), a, par exemple, repéré des enjeux de la communication :

Le premier enjeu de la communication consiste à transmettre de l'information. C'est ce que Roman Ossipovitch Jakobson, dans son ouvrage *Essais de linguistique générale* (1 et 2), 1963, p.15, appelle la « fonction référentielle ». Le journaliste, l'homme politique, l'enseignant sont pris eux-mêmes à des degrés divers dans cette double contrainte de devoir à la fois informer mais aussi « accrocher » le public, le divertir, le séduire. Chaque acte de communication implique trois éléments: un code linguistique, un locuteur et son interlocuteur et enfin un contexte extérieur.

Le deuxième enjeu de la communication réside dans le jeu de positions des partenaires. Toutes les relations humaines impliquent une certaine mise en scène de soi, comme l'a montré le sociologue Erving Goffman (2012)¹⁹.

Communiquer, c'est d'abord se montrer à autrui sous un jour particulier, présenter une certaine image, défendre une identité particulière. Bref, dans toute conversation il y a un jeu de positions, un marquage de territoire, une relation qui délimitent le champ et la façon de s'exprimer.

Le troisième enjeu réside dans la tentative d'influence de l'interlocuteur. Communiquer, c'est aussi chercher à convaincre et à charmer autrui.

¹⁹ Rattaché à l'*École de Chicago*, il s'écarte des méthodes dites *quantitatives* et statistiques pour privilégier l'observation participante. Pour lui, l'interaction sociale est guidée par le souci de ne pas perdre la face. La notion d'interaction prend une place très importante dans son œuvre. Les Enjeux De La Communication. *DissertationsGratuites.com*. Récupérée en mars 2012, à partir de <http://www.dissertationsgratuites.com>

Derrière la simple transmission d'informations, il y a souvent la volonté d'argumenter et donc d'influencer autrui.

Le dernier enjeu de la communication concerne la régulation de la relation elle-même. La communication est évidemment ritualisée car les relations humaines sont souvent conflictuelles ou instables. Il y a sans cesse des interférences, des méta-communications (comme " « tu vois ? ») destinées à vérifier l'attention de son interlocuteur, à renforcer une parole par une expression du visage...

Équivoque des articulations, filtrage du récepteur, politique d'auto-exposition ou de manipulation d'autrui, la communication est un acte incontestablement alambiqué car divers enjeux s'enchevêtrent. Sur le plan pratique, on peut ainsi constater un décalage énorme entre les théories et l'enseignement d'un art de communiquer. Sur le plan philosophique, les théoriciens de la communication, comme Jürgen Habermas ou Michel Serres, s'emploient à dévoiler combien la communication entre les hommes - c'est-à-dire l'entrevue, la conversation, l'entretien, le contact - renvoie à un enjeu humain indispensable : celui de construire une société fondée sur l'acceptation de l'autre. Les interlocuteurs doivent vouloir, savoir et pouvoir communiquer en relation avec le moment et les circonstances ou situations de communication.

En somme, à bien regarder de près, toutes les formes de communication interpersonnelle (communication unilatérale et bilatérale), il y a toujours rétroaction, à un moment donné. En fait, même lors de la communication "unilatérale" il peut y avoir des gestes et mouvements du corps qui portent à réplique tacite de l'information. Par exemple, le mécontentement peut se lire sur le visage de l'employé qui reçoit des directives de la part de son patron.

Conclusion

Deux personnes en présence communiquent déjà leur physique, leur culture et leur statut par diverses manières : forme, tenue vestimentaire, gestes, posture et différentes attitudes. En fait, « *les langages parlés ou écrits sont constitués par une séquence de gestes physiques (signes et symboles), ou par une succession de sons qui forment des mots, des phrases, des discours...* ». (Falconi, A. Op. cit.)

Il est utopique de parler de communication interpersonnelle unilatérale. Si communication unilatérale il y a, c'est une information détectée par une personne sur une machine ou dans un environnement. Il s'agit dans ce cas de communication entre un homme et un instrument ou entre deux automates. Pour des humains, « *la rétroaction est la réponse consciente ou inconsciente donnée par le récepteur au message reçu* ». Il ne peut donc y avoir un vide informationnel ou une absence de message entre des êtres humains en présence. Ils échangent de façon verbale et non-verbale ou les deux concomitamment.

Pour René Alleau (op. cit) « *la communication est alors considérée comme un système complexe qui prend en compte tout ce qui se passe lorsque des individus entrent en interaction et fait intervenir à la fois des processus cognitifs, affectifs et inconscients* » Enfin, Jurgen Ruesch et Gregory Bateson confirment, d'une certaine manière, l'utopie de la communication unilatérale. Selon ces auteurs, la communication interpersonnelle est un processus naturel entre deux personnes. Quoiqu'il se passe entre deux personnes, il y a communication. Toute personne vivante communique, avec elle-même et avec autrui. Les communications unilatérale et bilatérale coexistent dans les échanges entre personnes. La communication, c'est la vie interactionnelle.

Bibliographie

Alleau, R. (1977), *La science des symboles*, Paris: Payot.

Angot, H. (1999), *Système d'information de l'entreprise - Analyse théorique des flux d'information et cas pratiques*, Paris : De Boeck.

Bribri, K. (2007), *Outils de communication et d'animation participative*, Rabat –Agdal, Association Tanmia.ma.

Bromberg, M. et Trognon, A. (2004), *Psychologie sociale et communication*, Paris, Dunod ;

Couffignal, L. (1968), *La cybernétique*, Paris, PUF, Que sais-je ?

Escarpit, R. (1980), *Théorie générale de l'information et de la communication*, Paris, Hachette.

193

Falconi, A. (1992), *Les bases de l'Audiovisuel: Initiation au langage médiatique*, Kinshasa, Edition St Paul Afrique.

Goa, K (2013), *La communication de crise au port autonome d'Abidjan*, Paris, L'Harmattan ;

Hall, T. E. (1971), *Le Langage silencieux*, Paris, Seuil.

Heinderyckx, F. (2002), *Une introduction aux fondements théoriques de l'étude des médias*, Liège, Cefal-Sup.

Hellriegel, D. et al. (1989), *Organizational behavior*, United States: West Publishing cy.

Jakobson, R. (1981), *Eléments de linguistique générale* (1 et 2), Paris : Éditions De Minuit.

Jodelet, D. (1994), *Les représentations sociales*, Paris : PUF

Lasswell, H. (1936), *Politics: Who Gets What, When, How*, New York, Peter Smith Pub Inc;

Lendrevie, J. et Lindon, D. (1997), *Mercator: Théorie et pratique du marketing*, Paris : Dalloz.

McLuhan, H. M. (1968), *Pour comprendre les médias*, Paris : Seuil.

Mucchielli, A. (1999), *Théorie systémique des communications, Principes & applications*, Paris : Armand Colin.

Picard, D. (1983) *Du code au désir: le corps dans la relation sociale*, Paris : Dunod.

Ruesch, J. et Bateson G. (1951), *Communication: The Social Matrix of Psychiatry*, San Francisco, W.W. Norton & Co, Inc.

Shannon, E. C. et Weaver, W. (1949), *The mathematical Theory of communication*, University of Illinois, Urbana III.

Woodward, C. G. et Denton, E. R. (1992), *Persuasion and influence in American life*, IL: Waveland, Prospect Heights.