

« On ne peut pas ne pas communiquer, non parce que ce serait fou ou dangereux, mais simplement impossible ». Daniel BOUGNOUX

Études théoriques sur la communication

Au plan théorique, le raisonnement repose, implicitement, sur une conception technique et unidirectionnelle de la communication qui met en exergue l'émission et la réception du message (émetteur -message -récepteur). Ainsi, certains auteurs recommandent dès lors de se préoccuper, non seulement des caractéristiques socioéconomiques du public, mais aussi des représentations mentales que les individus construisent dans les conditions psychologiques qui sont les leurs.

Cela donne tout son sens aux mots de Dervin¹ en 1979 : « *on commence à se rendre compte qu'une bonne part des sciences sociales sont basées sur des données illusoires, réunies en demandant aux gens de s'intéresser à des choses qui n'ont rien de commun avec leur vie telle qu'ils la voient* ». En d'autres termes, c'est seulement en prenant en compte les perceptions des gens que l'on pourra savoir quel usage ils feront de l'information. Et pour Wiener², « *la rétroaction ou feedback, c'est-à-dire la réponse de l'interlocuteur, doit être prise en compte pour réguler la communication* ».

Ainsi, le fameux « émetteur » doit renoncer à maîtriser à lui seul l'ensemble du processus de communication, afin que son message puisse être compris et accepté ; ce qui nous amène au plan sociopolitique. Très tôt, des auteurs comme Beltran³ (1966) estiment que la communication est une arme aux mains de ceux qui détiennent le pouvoir. Elle cherche à influencer les populations dans le sens voulu par ceux-ci, dans un système de valeurs et de normes, bref dans un ordre social déterminé. En ce sens, la communication ne serait pas un agent de changement ou de développement communautaire, mais un frein. « *La communication, c'est comme l'artillerie dans l'armée* » disait Nicolas Sarkozy.

D'autres soulignent que les personnes de classe sociale et/ou de culture différentes manifestent leurs aptitudes de manières différentes, lesquelles sont en outre raisonnables et découlent logiquement des différences de classe ou de culture

En d'autres termes, si nous ne nous comprenons pas, c'est parce que nous sommes socialement ou culturellement trop différents. « *Tout le monde n'a pas toutes les mêmes aptitudes, l'homme n'est pas universel* » disait Saint Thomas d'Aquin. D'où cette affirmation de Marie Hélène Westphalen⁴ « *la communication est à la base de la compréhension entre les hommes* ».

¹ Dervin, B. 2003. Le public auditeur et apprenant, maitre et confident : l'approche sentimentale.

² Wiener N. 1952. *Cybernétique et société*.

Norbert Wiener est un mathématicien américain, théoricien et chercheur en [mathématiques appliquées](#), surtout connu comme le père fondateur de la [cybernétique](#).

³ BELTRÁN L. R. *La communication sociale en Amérique latine*.

⁴ Marie Hélène Westphalen : Marie-Hélène Westphalen est diplômée de Sciences Politiques Paris, elle est titulaire d'un " MBA in Communication and journalism" et d'une maîtrise de philosophie.

On ne peut éviter donc de parler de la communication comme relation interpersonnelle. Déjà, en 1970, Wilbur Schramm⁵ proposa un modèle qui portait sur le sens du message et inscrivait la communication dans sa dimension interpersonnelle. Il reprend également la notion de feedback, en l'élargissant à des sources extérieures telles que des avis contradictoires, des informations diverses. Mais ce qui va littéralement faire exploser les premiers modèles de communication, ce sont les travaux de l'École de Palo Alto avec les auteurs regroupés autour de Grégory Bateson, Don D. Jackson, Edward T. Hall et Paul Watzlawick. Ces auteurs se sont intéressés à la communication interpersonnelle et à la communication non verbale. En se focalisant sur la communication interpersonnelle, l'École de Palo Alto met en exergue les ressources et les limites de la communication humaine.

Mais pour Michel-Louis Rouquette, dans *La communication sociale* (1998), l'analyse de la communication ne se ramène ni à des aspects purement techniques ni à des dynamiques seulement interpersonnelles. Catégorie centrale, la communication est avant tout l'instance de transmission, d'élaboration et de transformation de la pensée sociale, c'est-à-dire de la pensée des sociétés sur elle-même. Au sein de l'organisation, la communication revêt d'autres aspects et ne se limite plus seulement à l'échange d'informations mais se consacre également à l'élaboration de stratégie pour atteindre des objectifs visés.

Ainsi dans son œuvre intitulée « *Approche systémique et communicationnelle des organisations* », Mucchielli nous parle de la difficulté de la représentation de l'organisation, la synergie des éléments internes à l'organisation et l'adaptation de son système interne à l'environnement pouvant ainsi constituer des défis et des enjeux pour la communication.

Quelques enjeux de la communication

La communication ne se réduit pas à un simple échange d'informations. Dans le domaine des relations interpersonnelles, Edmond Marc Lipiansky dans son œuvre « *Identités et communication* » distingue quatre types d'enjeux :

- Les enjeux liés à l'image de chacun (garder la face lors d'un débat par exemple).
- Les enjeux territoriaux (maintenir une distance pour protéger son espace personnel).
- Les enjeux relationnels (rapports hiérarchiques).
- Les enjeux d'influence (manipulation, persuasion)

Ces enjeux agissent fortement sur le processus de la communication et contribuent à structurer la relation.⁶ Ainsi, pour Alex Mucchielli, communiquer, c'est définir sa position par rapport à autrui, c'est chercher à influencer autrui, c'est aussi réguler la relation.

Daniel Bougnoux se demande quel acteur social n'est pas aujourd'hui saisi par la communication. « Être, c'est être perçu »⁷, dit-il, citant la maxime de BERKELEY⁸, une maxime qui selon lui, s'applique particulièrement aux responsables, aux entreprises, aux partis, aux églises, aux écoles ou

⁵ Wilbur Schramm était savant et un expert en communication de masse. Il était influent dans l'instauration de la communication comme champ de recherche et l'établissement du département de communication à travers les Etats-Unis.

⁶ La communication, Etats des savoirs, Sciences humaines, 2003

⁷ Daniel BOUGNOUX, *Sciences de l'Information et de la Communication*, La Découverte, Paris 2001, p.11

⁸ « L'évêque George BERKELEY est un philosophe irlandais de la famille des empiristes dont la principale réussite fut la théorisation de l'idéalisme empirique ou immatérialisme, résumé par la formule *esse est percipi aut percipere* (« être c'est être perçu ou percevoir »).

associations, aux intellectuels ou aux artistes..., tous sommés d'apprendre les nouvelles règles du jeu sous peine de déclin, ou de disparition. La thèse du philosophe idéaliste peut se relier à celle qui domine l'œuvre de Bateson⁹ et Watzlawick¹⁰ : « **on ne peut pas ne pas communiquer, non parce que ce serait fou ou dangereux, mais simplement impossible** »¹¹. Il en résulte que la communication est l'affaire de tous et non celle d'une poignée d'experts.

L'attention qu'il faut accorder à ces enjeux nous amène à ce qui est au cœur de la plupart des actions de communication pour le développement et le changement de comportement : agir sur autrui, l'amener à prendre conscience de ce qu'il peut faire, à modifier son point de vue, à prendre une décision et s'y tenir.

Par Christian Silaw DIONE
Stagiaire en Communication-Développement
ONG Enda_GRAIM THIES / SENEGAL

⁹ Gregory BATESON (né le 9 mai 1904 à Grant chester, Royaume-Uni – mort le 4 juillet 1980 à San Francisco) est un anthropologue, psychologue, épistémologue américain. Influencé par la cybernétique, la théorie des groupes et celle des types logiques.

¹⁰ Paul WATZLAWICK (1921), l'une des figures de proue de l'école de Palo Alto, Philosophe et psychothérapeute autrichien.

¹¹ Daniel BOUGNOUX, *ibidem*

Bibliographie

1. AFD, 2013. *L'insertion des jeunes en Afrique subsaharienne*, in *Idées, concepts et politiques*, Article Numéro 25, 13 pages.
2. ALMEIDA-COTE I., 2010. *Année internationale de la jeunesse : le rôle des jeunes dans le développement international*, Canada world youth.
3. Boto I. Lopes I., Verginelli G., *Jeunesse et développement rural dans les pays ACP*, CTA Bruxelles, 49 pages.
4. BOULC'H S., 2003. *La communication dans les projets développement. Rapport d'enquête sur les pratiques et besoins communicationnels et informationnels des ONG dans les pays du Sud*, Rapport d'étude et de recherche, 68 pages.
5. DIONE C. S., 2014. *Le rôle de la communication dans les projets et programmes de développement : cas du projet d'appui à l'insertion socio-professionnelle des jeunes et des femmes de la ville de Thiès et de ses environs dans l'agriculture urbaine et périurbaine*. Mémoire de Master en Communication d'entreprise et des organisations, Université Gaston Berger de Saint-Louis du Sénégal.
6. Muchielli A., 1989. *Approche systémique et communicationnelle des organisations*, Armand Colin, Paris, 156 pages.
7. OPUBOR A. E., 2001. *La communication au service de l'éducation et du développement : accroître la participation et l'engagement des parties prenantes*, Association pour le développement de l'éducation en Afrique (ADEA), 37 pages.
8. ROUQUETTE M. L., 1998. *La communication sociale*, Dunod, Paris, 115 pages.
9. WESTPHALEN Marie-Hélène 2003. *Communicator. Le guide de la communication d'entreprise*, 3ème édition. Dunod. 420 pages.