

La complexité de la communication

La communication est un phénomène omniprésent dans notre vie quotidienne et professionnelle. Pourtant, elle reste **complexe** à analyser et à maîtriser, car elle met en jeu de multiples dimensions : linguistiques, psychologiques, relationnelles, culturelles, technologiques... Depuis longtemps, des auteurs et chercheurs se sont penchés sur les mécanismes de la communication pour tenter d'en cerner les spécificités et d'élaborer des modèles théoriques.

1. Auteurs clés et grandes approches de la communication

1.1 Shannon et Weaver

- **Claude E. Shannon** et **Warren Weaver** sont à l'origine de la théorie mathématique de la communication (1949).

Ils ont proposé un **modèle linéaire** avec les composantes "source", "message", "canal", "récepteur" et la notion de "bruit" qui peut perturber le message. Leur modèle, centré sur la **transmission** d'informations, a jeté les bases d'une réflexion plus large sur les processus de communication.

1.2 Norbert Wiener

- **Norbert Wiener**, père de la **cybernétique** (ouvrage "Cybernetics", 1948), a insisté sur la **rétroaction** (feed-back) comme élément clé.

Selon Wiener, la communication n'est pas seulement la transmission d'un message, mais un **processus dynamique** d'ajustements mutuels entre systèmes (individus, machines, organisations...).

1.3 Gregory Bateson et l'École de Palo Alto

- **Gregory Bateson** (anthropologue, psychologue) et ses collègues ont étudié la communication dans des contextes relationnels et familiaux.

Leur approche met l'accent sur la **communication comme interaction**. Chaque comportement est vu comme un message, consciemment ou inconsciemment. Les travaux de Bateson ont été prolongés par des chercheurs comme **Paul Watzlawick** et **Don D. Jackson**, donnant naissance à la fameuse "École de Palo Alto".

1.4 Paul Watzlawick

- **Paul Watzlawick** est l'un des principaux représentants de l'École de Palo Alto.

Dans son ouvrage "**Une logique de la communication**" (1967, co-écrit avec Helmick Beavin et Jackson), il propose plusieurs **axiomes** qui décrivent la nature paradoxale et systémique de toute

communication. Ses travaux soulignent la nécessité d'analyser la communication dans son **contexte relationnel** plutôt que de manière isolée.

2. La complexité de la communication : pourquoi est-elle si compliquée ?

2.1 Multi-niveaux et multi-canaux

La communication ne se limite pas aux **mots** (communication verbale), elle inclut aussi la **communication non verbale** (gestes, postures, regards...), **paraverbale** (intonation, rythme, silences...), écrite (emails, messages), médiatisée (visio, réseaux sociaux) etc. Chaque canal de communication peut **influencer** la réception du message et générer des malentendus.

2.2 Influence du contexte et de la culture

Le sens d'un message dépend fortement du **contexte** (professionnel, familial, culturel...). Les valeurs, les normes sociales, les codes de politesse varient selon les **cultures**. Un même geste ou une même phrase peut être interprété différemment d'un pays à l'autre, d'un milieu à l'autre.

2.3 Subjectivité et filtres perceptuels

Chacun perçoit le monde à travers ses **filtres** : expériences passées, croyances, émotions du moment, objectifs personnels... Deux personnes peuvent entendre le **même discours** mais en retenir un sens différent, en raison de leur propre cadre de référence.

2.4 Interactions et rétroactions

La communication est un **processus interactif** : tout message engendre une réponse (verbale ou non), qui vient ensuite influencer l'émetteur. Cette dynamique de **feed-back** rend la communication fluide, mais aussi instable : des incompréhensions peuvent naître à tout instant, et l'échange doit s'adapter en continu.

3. Les cinq axiomes de la communication de Paul Watzlawick

Paul Watzlawick et ses co-auteurs (Beavin, Jackson) ont formalisé cinq principes fondamentaux qui régissent toute communication interpersonnelle. Ces axiomes permettent de comprendre pourquoi la communication est à la fois **inévitabile, complexe** et **source de quiproquos**.

Axiome 1 : "On ne peut pas ne pas communiquer"

- **Définition** : Tout comportement est communication. Même le **silence**, l'inaction ou l'évitement sont porteurs de sens.
- **Exemple** :
 - Dans une réunion, un participant reste silencieux et détourne le regard. Même s'il n'émet aucun message verbal, son attitude communique de la gêne, du désintérêt ou de la réprobation.

- Ignorer quelqu'un ou regarder son téléphone en sa présence est déjà une façon de communiquer (indifférence, manque d'attention...).

Axiome 2 : "Toute communication présente deux aspects : le contenu et la relation"

- **Définition :**

Il y a le **contenu** (ce que l'on dit explicitement).

Il y a la **relation** (ce que cela implique sur le lien entre les interlocuteurs, leur statut, leur degré de proximité ou de respect mutuel).

- **Exemple :**

- Un manager qui dit à son collaborateur : "Tu peux me faire ce rapport pour demain ?"
 - **Contenu :** la demande d'un rapport.
 - **Relation :** il s'agit d'une requête d'un supérieur hiérarchique à un subordonné, ce qui influe sur la manière dont le collaborateur recevra cette demande (ordre, ton directif, politesse...).

Axiome 3 : "La nature d'une relation dépend de la ponctuation des séquences de communication"

- **Définition :** La "ponctuation" désigne la **manière dont chaque participant coupe et interprète la séquence d'événements** dans un échange. Souvent, chacun croit que c'est la réaction de l'autre qui est la cause de son propre comportement, créant des boucles d'incompréhension.

- **Exemple :**

- Un couple se dispute : l'un reproche à l'autre de ne pas lui parler, l'autre rétorque qu'il reste silencieux parce qu'il se sent constamment critiqué. Chacun voit l'attitude de l'autre comme la cause de son propre comportement.
- Dans une équipe, un collaborateur pense que son responsable ne l'écoute pas, alors il prend de la distance. Le responsable voit cette distance comme un manque d'implication, et se montre plus directif, renforçant le sentiment de distance...

Axiome 4 : "La communication est à la fois digitale et analogique"

- **Définition :**

Le **digital** fait référence aux **mots**, au langage codé (ex. langage verbal, mots écrits).

L'**analogique** correspond aux éléments **non verbaux** (gestes, expressions faciales, intonation, posture...) qui transmettent souvent la dimension relationnelle ou émotionnelle.

- **Exemple :**

- Dire "Je suis content" (digital) avec un visage fermé et un ton sec (analogique) crée une **incohérence** entre le verbal et le non-verbal.

- Dans la publicité, une simple image (aspect analogique) peut susciter une réaction émotionnelle forte, parfois plus que de longs discours (aspect digital).

Axiome 5 : “La communication est soit symétrique, soit complémentaire”

- **Définition :**

Une relation **symétrique** se caractérise par un rapport d'**égalité** entre les interlocuteurs (ex. deux collègues du même niveau).

Une relation **complémentaire** implique un rapport d'**inégalité** (ex. parent/enfant, professeur/élève, manager/collaborateur).

- **Exemple :**

- Entre amis (relation plutôt symétrique), la communication est souvent plus “entre pairs”.
- Entre un docteur et un patient (relation complémentaire), il y a une asymétrie de savoir et d'autorité. Le médecin est censé détenir l'expertise, et le patient attend des conseils.



La communication, loin d'être un simple transfert d'information, se révèle un **système complexe**, où s'entremêlent :

- Des **niveaux multiples** (contenu vs relation) ;
- Des **canaux divers** (verbal, non verbal, analogique, digital) ;
- Des **contexte et culture** aux codes variés ;
- Des **interactions** faites de boucles, de feed-back et de ponctuations souvent divergentes.

Les **cinq axiomes de Paul Watzlawick** montrent que chaque échange est un **phénomène systémique**, dont la signification se co-construit entre les interlocuteurs, au-delà des seuls mots prononcés.

Connaître ces principes aide à :

1. **Prendre conscience** de l'impact de la posture, du silence, de la relation sur le message.
2. **Éviter les malentendus** en portant attention à la cohérence entre le verbal et le non-verbal.
3. **Comprendre** les éventuels conflits ou résistances dans la relation, souvent liés à la façon dont chacun “ponctue” la séquence de communication.
4. **Adopter** une approche plus souple et plus respectueuse de l'autre, en tenant compte du statut symétrique ou complémentaire.

Retenir que « communiquer », c'est toujours **co-construire** du sens, dans un contexte donné, avec un interlocuteur ayant sa propre perception. Cela demande de la **conscience**, de la **bienveillance** et parfois de la **reprise** pour aligner au mieux intentions et réceptions. C'est en cela que la communication est infiniment riche... et **complexe**.



FamiCity

Immobilier