

## LES PARTICULARITES DE L'INFORMATION DANS LA COMMUNICATION VERBALE

Mihail RUMLEANSCHI, maître des conférences, docteur,  
Université d'Etat «Alecru Russo» de Bălți

**Rezumat:** În articol este tratat specificul schimburilor de informații non simetrice în procesul comunicării verbale. Materială după natura sa, informația apare ca un complex de semnale /simboluri cu semnificațiile lor (convenționale și particulare) ce reflectă o anumită stare de lucruri în lumea reală sau imaginară, care, grație convențiilor sociale pot fi decodate. Sînt prezentate caracterul complex al informației, valoarea sa în diferite tipuri de mesaje, principiile care se cer respectate în timpul edificării discursului informativ.

**Cuvinte-cheie:** informație, interacțiune simetrică, interacțiune non simetrică, simbol, semnificație, informație intențională, improbabilitate, valoare informativă, redundență, entropie, implicit, raporturi triadice.

Du point de vue étymologique, l'information est ce qui donne une forme à l'esprit. Le terme provient du verbe latin *informare* qui signifie „*action de donner une forme à quelque chose, de façonner, de se former une idée de*”.

Pour plus de précision: l'origine du terme „information” remonte au verbe arabe **الاء تراف** „reconnaître”, à partir duquel on forme **الاء تى أدرك الكادن** „ce à l'aide de quoi je reconnais l'objet”, c'est à dire *l'image, la forme*. Les anciens grecs ne savaient pas dans quelle direction il fallait lire ce mot, et, à tout hasard, ils l'ont lu dans les deux, ce qui a donné *morphe* et *forme*. Une autre formation de ce radical est **ه والمعرفة ما أعرف** „ce que je sais; les savoirs, les connaissances”. De cette façon on y voit se refléter une distinction très importante entre deux types

d'informations que certains spécialistes ne saisissent pas – l'information comme *distinction entre les objets/les choses* et l'information comme *savoirs, comme différences* stockées d'une certaine façon dans la mémoire. Le premier terme se rapporte aux choses, tandis que le deuxième se rapporte au sujet qui conçoit le monde des choses, qui transforme les particularités des choses en savoirs et les introduit dans ses bases de connaissances<sup>4</sup> (Баяндин, А.В. 2012, № 4). Et cette information – qui se transforme en connaissances, en savoirs – est marquée par la présence d'un contenu, d'un sens qu'on peut encoder, décoder, analyser etc.

Comme unité de mesure de la quantité d'information on emploie l'information qui permet de faire le choix entre deux possibilités isométriques. Le savant anglais William Ross Ashby (1951) a proposé de définir l'information à partir de la catégorie des variations en affirmant qu'il y a information là où il y a diversité. Comme unité élémentaire du calcul de la quantité d'information on prend les différences élémentaires entre deux objets qu'on a nommées bits.<sup>5</sup>

D'après Émile Littré, l'information représente une des notions générales ayant trait à la matière (1873). Elle est présente dans tout objet matériel sous la forme polyaspectuelle de son état et se transmet d'un objet à l'autre pendant le processus de leur interaction. L'admission de l'existence de l'information comme une qualité inhérente de la matière ressort logiquement des caractéristiques fondamentales bien connues de la matière – *la structuralité, le mouvement perpétuel et l'interaction des objets matériels*.

L'information est souvent assimilée à la *néguentropie*; elle est conçue comme un facteur d'organisation s'opposant à la tendance naturelle au désordre et au chaos souvent assimilés à l'*entropie*.

On qualifie d'information toute donnée pertinente que le cerveau est capable d'interpréter pour construire une représentation du monde et pour interagir correctement avec lui. «*A la lumière de nos connaissances actuelles, écrit Pierre Maquet (voir: The Role of Sleep in Learning and Memory) il faut appréhender le cerveau comme un organe possédant une activité propre que viennent perturber les stimuli extérieurs. Nous pensons que le cerveau est un organe qui, à l'éveil, élabore en permanence une représentation du monde, les afférences extérieures ayant pour rôle de corriger celles-ci afin de les adapter au mieux à la réalité.*»

Chileyko A. et Chileyko T. (1983, pp. 6; 203) dans leur livre „Information ou intuition” émettent l'opinion qu'il existe deux types d'information. Le premier – c'est l'information technique, celle qu'on transmet par télégraphe [...], par exemple, et l'autre type c'est l'information sémantique – celle qui est contenue dans les oeuvres littéraires. Ce deuxième type serait, à notre avis, plus complexe, car l'information est marquée par la subjectivité de l'auteur, est modelée par sa vision et ses savoirs. Cette information s'appuie à la fois sur le message qu'on communique et les symboles utilisés pour l'écrire.

Dans le texte ou le discours, outre sa caractéristique fondamentale – *d'apporter de nouvelles données* dans la communication – l'information possède deux caractéristiques supplémentaires importantes: *organisationnelle* et *directive*: elle organise et dirige l'interaction des sujets parlants.

La communication peut être conçue comme un processus pendant lequel les interlocuteurs transfèrent les uns aux autres des informations. Ce transfert d'informations peut être conçu comme une interaction informationnelle. Ce type d'interaction diffère cardinalement des autres types d'interactions, car pendant l'interaction des objets matériels a lieu un échange de matières et / ou d'énergie. Pendant ce processus un des objets perd une partie de la matière ou de l'énergie, tandis que l'autre l'acquiert. Cette propriété des interactions s'appelle *symétrique*. Mais pendant l'interaction informationnelle le récepteur reçoit l'information et le locuteur ne la perd pas. C'est pourquoi l'interaction informationnelle est dite *non symétrique*.

Quand on dit „*communication*” on se réfère, pour ainsi dire, au processus d'*échanges non symétriques d'informations*. Les concepts de *communication* et *information* sont extrêmement

---

<sup>4</sup> À l'avis de J.Lerot, chaque individu possède deux bases de connaissances: *générales* et *particulières*. Les connaissances générales réunissent *les propriétés inhérentes des objets qui leur sont inaliénables ou nécessaires et sans lesquelles il est impossible de parler de ces objets ou de les utiliser dans la communication*. Les connaissances particulières se réfèrent aux *propriétés individuelles, non permanentes, non typiques des objets et réunissent les dates sur les événements auxquels les interlocuteurs viennent d'assister, ainsi que le contenu des énonciations que les interlocuteurs viennent d'émettre ou de réceptionner* (1993, pp. 52-53).

<sup>5</sup> En anglais *bi(nary digi)t*.

proches et toute considération concernant la communication sera incomplète sans la concrétisation de l'essence de la notion d'information (Rumleansch, M., pp. 30-31).

Au sens large du mot, l'*information* est interprétée comme *ce qu'on communique dans un des langages existants*. De cette façon, par l'information on comprend une combinaison de signaux / symboles et leurs significations (conventionnelles ou particulières). Par le mot signaux dans la communication verbale on sousentend les ondes sonores qu'on émet pendant les actes de parole. Etant porteurs d'information, les signaux véhiculent certaines significations, lesquelles grâce aux conventions sociales, peuvent être décodées. La couleur rouge du sémaphore dans le système des signes routiers, par exemple, reflète un consensus général – le symbole de l'interdiction. Autrement dit, la signification<sup>6</sup> d'un symbole dépend d'un consensus dans la pratique sociale. Indifféremment de la nature des signaux utilisés par l'émetteur, pour que l'acte de communication soit efficace – atteindre le but escompté – il est nécessaire que les deux participants à cet acte – l'émetteur et le récepteur – attribuent la même signification aux signaux utilisés.

Le caractère de l'information dans la communication est complexe:

a) l'information est *syntactique* par la succession, en principe linéaire des signaux émis (elle est gérée par le locuteur),

b) elle est *sémantique* par le fait que les participants à la communication accordent aux signaux une certaine signification ressortant des conventions sociales (qui n'est pas nécessairement identique pour tous),

c) elle est *pragmatique* parce que cette signification est utilisée dans un certain but,

d) elle est *intentionnelle* parce qu'elle reflète le désir de quelqu'un de modifier un état de choses dans le monde réel ou imaginaire ou un comportement verbal/social du récepteur,

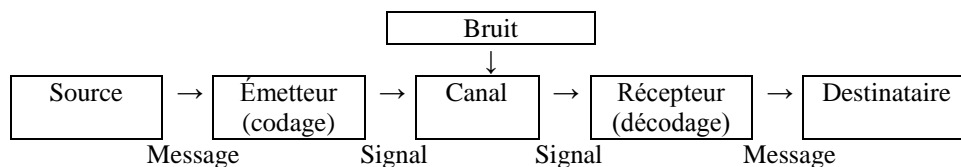
e) elle est *sociale* étant donné qu'elle se trouve à la base des interactions des agents sociaux,

f) elle possède un *caractère directif* du fait qu'elle oriente et impulse les actes verbaux en maintenant la tension discursive.<sup>7</sup>

J. J. Van Cuilenburg et ses coauteurs (1998, p. 26) émettent l'opinion qu'il est très important de faire la distinction entre l'*information sémantique intentionnelle* (que l'émetteur veut transmettre), l'*information sémantique réalisée* (l'information que le récepteur perçoit dans le message de l'émetteur) et l'*aspect pragmatique de l'information* (l'effet qu'elle produit). Autrement dit, *le côté sémantique de l'information apparaît sous la forme complexe d'un horizon de connaissances interprétées d'une certaine façon par le locuteur / l'émetteur et directionnées par lui vers un destinataire / un allocuteur ou plusieurs pour obtenir un effet escompté*.

Les messages ne contiennent pas le même volume d'information. L'énoncé „La conférence a pris fin hier à 16 heures” contient plus d'information que l'énoncé „La conférence a pris fin”. La valeur des messages aussi peut être différente. L'énoncé „Mon chat veut jouer” a une moindre valeur informative que l'énoncé „Mon chat veut jouer de la guitare”.

La valeur de l'information dépend de son *improbabilité*. Cette idée a été avancée par Shannon et Weaver en 1949 (Voyez: Peursen, C.A., van; Bertels, C.P.; Nauta, D., 1968, pp. 46-47; p. 62). Ils concevaient le processus de communication de la manière suivante:



<sup>6</sup> Il ne faut pas confondre les notions de *signification* et de *valeur*. Elles ne sont pas synonymiques. F. de Saussure les oppose en spécifiant que la signification est le résultat de l'association arbitraire d'un signifiant et d'un signifié; mais cette cohésion interne ne pourrait pas exister sans une pression externe qui provient de l'ensemble des autres membres du signe et desquels émane la valeur (Voyez à ce propos: Moeschler, J., Auchlin, A., 2005, p. 36).

<sup>7</sup> Par la *tension discursive* nous sousentendons l'effet que, dans un discours, produit l'échange graduel d'informations à caractère entropique, captant en permanence l'attention des partenaires et en leur imposant une activité intense.

L'interprétation de ce schéma:

- 1) La source d'information énonce un message,
- 2) ... que l'émetteur va encoder et transformer en signal,
- 3) lequel va être acheminé par le canal,
- 4) qui peut être perturbé par des bruits,
- 5) vers le récepteur qui va le décoder et reconstituer le message à partir du signal,
- 6) et le transmet enfin au destinataire.

Pour mettre en évidence cette valeur, les auteurs se mettent dans la posture du récepteur qui détermine, compte tenant du niveau de sa connaissance du domaine reflété dans le message, le niveau de l'improbabilité, ou, autrement dit, le niveau de clarté de ce qui est communiqué. Le niveau de connaissance de la réalité exprimée dans le message et le niveau de l'incertitude sont, dans la conception des auteurs, inversement proportionnels: plus le niveau de connaissance du référent (la réalité représentée dans le message) est haut, plus le niveau de l'incertitude est réduit, et inversement, le niveau de l'incertitude sera plus haut si le niveau de connaissance du référent est moins grand.

Mais le principe de l'improbabilité ne prend pas en considération le contenu du message et peut être considéré alors comme étant une évaluation purement formelle. Dans ce cas il est nécessaire de trouver d'autres critères, plus adéquats et cet inconvénient est dépassé si l'on fait usage de la théorie lexicale de la valeur informative (Voir plus en détails: Pierce, J.R., p. 275; Hintikka, J., 1970, pp. 3-27).

Du point de vue sémantique cette théorie s'appuie sur la prémisse suivante: plus l'incertitude antérieure est grande et moins prévisible, autant la valeur informative du message, atténuant cette incertitude, est plus importante (Cuilenburg, J. J. Van et all. 1998, p. 30). La valeur sémantique est déterminée par l'identification de la fréquence des mots dans le message. Un mot ayant une fréquence plus grande (par exemple, *table* ou *parler*) dans la communication quotidienne transmet une moindre quantité d'information qu'un mot avec une fréquence plus rare (*sanctuaire* ou *obscurantiste*). Pour plus de clarté, la valeur sémantique d'une information est inversement proportionnelle avec la fréquence des mots du message qui la modèle et la transmet.

J.J. Van Cuilenburg et ses coauteurs mettent en doute la modalité de déterminer la valeur sémantique du message proposée par la théorie lexicale de la valeur informative. La fréquence des mots utilisés, affirment-ils, dépend beaucoup du niveau social et de la situation dans laquelle se trouvent les partenaires. Le mot „implémentation” est utilisé, par exemple, plus souvent dans le conseil des ministres que dans une salle de classe. Est-ce que cela signifie que ce mot a dans une école plus de sens que dans le conseil des ministres? (Van Cuilenburg, J. J., 1998, p. 30).

De ce point de vue, une importance particulière dans la détermination de la valeur sémantique de l'information acquiert l'aspect pragmatique – l'effet que le message produit sur le récepteur et les faits ultérieurs de celui-ci. Dans ce cas la valeur pragmatique est déterminée par les marqueurs suivants:

- a) l'horizon des connaissances et d'attentes de l'allocuteur,
- b) son degré d'intérêt<sup>8</sup>,
- c) la signification dissemblable que les partenaires accordent au sujet du message,
- d) l'utilité de l'information,
- e) l'effet qu'elle produit,
- f) son importance sociale.

Les tentatives de déterminer la valeur<sup>9</sup> pragmatique de l'information sont assez rares, souvent contradictoires (Voyez à ce sujet: Van Peursen, C.A., Bertels, D. Nauta, 1968, p. 205 et all; Van Cuilenburg, J.J. & all, 1998, p. 31-32), et assez subjectives. Chacune est abordée

---

<sup>8</sup> Les linguistes parlent de la *loi d'intérêt*: quand nous voulons dire quelque chose à quelqu'un il faut que celui-ci trouve dans le message un certain intérêt personnel (Voyez: Ducrot, O., 1980). Ce n'est que dans ce cas que la communication acquiert une valeur significative pour les deux participants. Cet intérêt se base sur deux critères: 1) celui de la vérité et 2) celui de la sincérité.

<sup>9</sup> La valeur est conçue comme un complexe d'attributs déduits d'un élément, d'un signe, d'une information, d'une notion, de ses relations avec les autres membres d'un système ou d'un sous-système pertinent (Voyez: Moeschler, J.; Auchlin, A. Op. cit., p. 269).

dans un cadre assez étroit étant marquées par une grande dose d'improbabilité. Selon les opinions des auteurs cités, cette valeur doit être considérée non seulement dans la lumière des attentes, mais aussi dans celle du résultat final. Et si la distance entre le résultat et l'attente est grande (il s'est produit ce à quoi on ne s'y attendait pas), alors la valeur informative est aussi grande (Pour plus de détails, voir: Van Cuilenburg, J.J. & all. Op. cit., p. 32).

Ce qui s'est produit d'une façon inattendue peut avoir pour différents récepteurs une valeur informative dissemblable. Le résultat d'un match de hockey peut avoir une plus grande valeur informative pour le mari que pour sa femme. L'information que les policiers ont trouvé dans le bois le corps d'un vagabond sera moins grande que l'information qu'ils y ont trouvé le corps d'un célèbre acteur de cinéma. Ces faits n'auront pas la même importance sociale. Pour conclure: la valeur informative pragmatique d'un événement référencié dans le message sera égale avec *la distance entre le résultat et l'attente* (l'improbabilité) + *son importance sociale*.

En principe, un discours bien ordonné et informatif doit respecter quelques lois de base (Voir plus en détails: Baylon, Ch. ; Mignot, X., 2000, p. 158-159), parmi lesquelles:

- la loi de l'intérêt (voir plus haut),
- la loi de l'informativité qui suppose qu'il ne faut pas donner à quelqu'un des informations qu'il détient déjà (on crée de la redondance),
- la loi de sincérité en partant de laquelle on recommande de ne dire que ce que nous croyons vrai,
- la loi de l'exhaustivité qui interdit ou limite l'implicite,
- la loi de la litotisation qui prescrit de dire moins que ce que l'on pense,
- la loi de la véridiction qui impose que l'information doit correspondre à la réalité du monde environnant.

Pour que l'information soit de quelque utilité dans la communication, elle doit posséder obligatoirement deux caractéristiques:

- a) *elle doit être bipolaire*: par l'un des pôles – qu'on appellera *thématique* – elle doit être apte de s'intégrer dans ce que l'individu connaît déjà. De cette façon, elle doit posséder certaines caractéristiques de la redondance – elle doit comporter des éléments existant déjà dans le portrait du monde existant chez le récepteur, c'est à dire qu'elle ne doit pas lui être absolument inconnue, tandis que de l'autre – entropique, qu'on appellera *rhématique* – elle doit bousculer cet ordre existant et imposer le cerveau du récepteur à recréer le modèle informationnel du monde. L'assimilation de l'information doit être mise en relation avec les autres informations que le récepteur possède déjà, être intégrée à son ensemble de connaissances pour les enrichir, les compléter. En même temps elle peut éliminer les informations inutiles et redondantes, hiérarchiser les données acquises antérieurement et les „corriger” par son intervention.
- b) *elle doit être organisée sous une forme linéaire*, mais cette forme n'est pas si rigide comme dans le cas de l'expression syntagmatique linguistique. Les blocs informatifs doivent être liés par les rapports triadiques: *préalabilités – informativité – possibilités*. Les préalabilités sont d'ordinaire exprimées par des formules de type: *étant donné que, d'après ce que l'on sait, après une série d'expériences qui ont démontré que* etc. L'informativité est introduite par: *maintenant on va exposer l'essentiel de notre intervention, on a déduit que, le plus important est que, les conclusions auxquelles nous sommes arrivés sont* etc. Et les possibilités expriment les doutes, les présuppositions, les aspects auxquels on n'a pas accordé l'attention nécessaire: *il reste à voir si, on peut supposer que, il serait bien d'aborder ce problème d'un autre point de vue* etc. D'habitude l'introduction d'une information commence par certains éléments adjacents (conditions, critères, descriptions) qui ont la mission de préparer le cerveau aux attaques du stress informatique, et éviter le blocage.

Les rapports entre l'information et la communication contiennent diverses ambiguïtés:

- 1) il y a contradiction entre l'information, comme nouveauté demandant des efforts pour l'assimiler, et communication comme effusion ou confession;
- 2) le locuteur ne sait jamais précisément quelle partie de son message constitue vraiment une information pour l'allocuteur;
- 3) l'on sait bien que, ce qui se communique bien c'est ce qui est parfaitement prévisible, mais ce qui informe vraiment c'est ce qui surprend, ce qui est imprévisible. Ce qui est connu, ce

qui n'intrigue pas, n'excite pas, n'oblige pas le cerveau à restructurer la base cognitive, ne constitue pas une information. Si l'information colportée par le message n'éveille aucune résonance dans la mémoire ou l'esprit du récepteur, s'il ne possède pas la capacité de la percevoir, de la décoder, elle ne représente rien pour lui.

4) une fois émise, l'information devient statique mais en même temps elle impulse la communication qui, de ce fait, devient dynamique;

5) l'information est appelée à réduire l'incertitude et les conflits. Cela ressort de l'idée que les confrontements résultent de l'ignorance et que les véritables connaissances des interlocuteurs doivent mener à la réduction des hostilités;

6) l'information n'existe jamais en soi. Elle est toujours pour quelqu'un. Une balle trouvée sur les lieux d'un crime constitue un indice/une information pour un criminaliste. Le mot „Stalingrad” est une information pour un spécialiste dans l'histoire de la II<sup>-ième</sup> Guerre Mondiale.

En généralisant ce qu'on vient de mentionner ici-haut, on pourrait définir l'identité de l'information dans la communication comme ***un volume de données se référant à une entité réelle ou imaginaire, déterminées, enregistrées*** (d'une certaine manière dans les sources lexicales, grammaticales, lexicographiques, scientifiques, didactiques, ainsi que dans la mémoire de chacun), ***ou actualisées/référencées dans des situations discursives conformément aux lois établies par chaque collectivité sociale, qui dans le processus de communication bouscule l'image du monde réel ou imaginaire que le récepteur détient et peut modifier son comportement verbal ou social.***

#### **Bibliographie:**

1. Ashby, W.R. (1951), "Statistical Machinery". In: *Thales* Vol. 7.
2. Baylon, Ch., Mignot, X. (2000), *Initiation à la Sémantique du Langage*. Paris, Nathan/HER.
3. Ducrot, O. (1980). *Dire et ne pas dire. Principes de sémantique linguistique*. Paris, Hermann.
4. Hintikka, J. (1970). *On semantic information*. In: J. Hintikka, P. Suppes (ed.), *Information and inference*.
5. Lerot, J. (1993). *Précis de linguistique générale*. Paris, Les Editions de Minuit.
6. Littré. É. (1873). *Dictionnaire de la langue française*. Paris, Librairie Hachette.
7. Moeschler, J., Auchlin, A. (2005). *Introducere în lingvistica contemporană*. (Trad. de L. Pop), Cluj, ECHINOX, 2005, p. 36).
8. Pierce, J.R. (1966). *Symbolen en signalen*, Publisher Het Spectrum Length.
9. Rumleanski, M. (2011). *Intenționalitatea în comunicarea verbală*. Bălți: s.n., 2011 (S.R.L. „Tipografia din Bălți”).
10. Van Cuilenburg, J. J., Scholten, O., Noomen, G.W. (1998). *Știința comunicării*. (Versiune rom. de T.Olteanu), București, Humanitas.
11. Van Peursen, C.A., Bertels, C.P. Nauta, D. (1968). *Informatie, een interdisciplinaire studie*. Utrecht/Antwerpen.
12. Баяндин, А.В. (2012). *Что такое информация? // Исследования в области естественных наук. № 4*
13. Шилейко, А., Шилейко, Т. (1983). *Информация или интуиция? – М.: Молодая гвардия.*
14. <http://science.snauka.ru/2012/04/234>.
15. [http://reflexions.ulg.ac.be/cms/c\\_40347/silence-on-dort](http://reflexions.ulg.ac.be/cms/c_40347/silence-on-dort).
16. <http://www.northhollywoodhs.org/ourpages/auto/2007/10/29/1193690123726/sleep%20paper.pdf>