

## À PROPOS DE LA NOTION D'“IDENTITÉ COMMUNICATIVE”

Mihail RUMLEANSCHI, Valentina ȘMATOV, *drs., maîtres de conférences,*  
*Université d'État „Alec Russo” de Bălți*

*Communiquer, c'est devenir un autre.*

**Rezumat:** *Prezentul articol este centrat pe studiul particularităților identității comunicative a locutorului și alocutorului – protagoniștii interacțiunilor verbale. Analiza activităților comunicative ale acestora în diferite ipostaze, contexte și situații s-a soldat cu evidențierea unor serii de marcați definitorii având pondere specifică pentru rolul lor. Ele permit realizarea eficientă a actelor de comunicare conform intențiilor fiecăruia, evitând mai multe momente posibile de a controversa construirea și realizarea actelor discursive.*

**Cuvinte-cheie:** *identitate comunicativă, marcator, conștiință identitară, competență comunicativă, identitate socială, identitate psihologică, identitate credibilă, politețe comunicativă.*

Savoir communiquer, c'est obligatoirement savoir vivre avec les autres. Ceux qui veulent avoir une communication performante doivent être capables de faire passer leur message d'une manière efficace et pouvoir aider les autres à leur faire passer le leur. Depuis le moment où ils font l'effort de considérer l'interlocuteur digne d'un contrat communicatif, de s'adapter à lui, ils doivent savoir qu'ils le respectent en tant qu'individu et sont conçus comme dignes de respect à leur tour.

Toute communication se fait dans un seul but: effectuer une certaine modification du monde (réel ou imaginaire) pour en construire un autre, plus convenable, plus attrayant. Si ce nouveau monde ne correspond pas toujours aux attentes du sujet de la parole, ce n'est pas nécessairement la faute du hasard. Une partie de l'insuccès revient à une ou plusieurs composantes de l'acte de communication.

Selon l'avis de R. Jakobson [1966: 214], les composantes d'un acte de communication sont: le locuteur et l'allocutaire qu'on pourrait dénommer (*les*) *édificateurs*<sup>2</sup> et le message, le code, le contexte, la situation de communication, le contact qu'on pourrait nommer (*des*) *conformateurs*<sup>3</sup>. Sans nous arrêter sur les conformateurs – ils sont bien présentés dans beaucoup d'ouvrages scientifiques, pour ne citer que ceux de C. Kerbrat-Orecchioni [1980: 11; 19] – notre attention sera centrée dans cet article sur les principaux protagonistes de cet acte: le locuteur et l'allocutaire.

Traditionnellement on affirme que le locuteur c'est la personne qui parle, qui produit des énoncés [1], tandis que l'allocutaire est la personne à qui s'adresse le message linguistique [2]. Un peu simpliste, mais clair à tout le monde. Quoique ces deux notions apparaissent transparentes par elles-mêmes, nous voudrions spécifier qu'à la réflexion on leur découvre des particularités qui s'avèrent nécessaires, indispensables même et utiles à mettre en évidence.

En principe, on a l'illusion que les interlocuteurs dans un acte de communication ne se distinguent point des autres Homo Sapiens, qu'il suffit qu'ils entrent en contact ou qu'on leur accorde le droit de communiquer et le reste vient automatiquement. Il paraît que ce n'est pas tout à fait le cas. Nous allons essayer de démontrer que pour obtenir le „titre” de Locuteur ou d'Allocutaire ces participants doivent posséder certaines performances spécifiques (*des savoir-être*).

### **I. Les marqueurs de l'identité communicative du Locuteur**

En tant que participant en qualité d'édificateur de l'acte de communication, il est absolument nécessaire que le locuteur possède:

<sup>2</sup> Terme que nous proposons pour désigner les protagonistes de l'acte de communication.

<sup>3</sup> Terme que nous proposons pour désigner les constantes de l'acte de communication, qui le conforment.

1) "*l'identité du moi*" – ce que Charaudeau P., Maingueneau, D., [2002: 299; Ricœur, P.: 11] appellent *conscience identitaire*. Étant donné que tout individu cherche à se voir comme un être singulier, voire unique, différent des autres dans la collectivité sociale, avec le désir constant de "se savoir être quelqu'un", il est nécessaire qu'il sache créer et maintenir cette «conscience identitaire». À l'avis de Charaudeau P. [2009] cette conscience identitaire est „...ce qui permet au sujet de prendre conscience de son existence qui se constitue à travers la prise de conscience de son corps (un être-là dans l'espace et le temps), de son savoir (ses connaissances sur le monde), de ses jugements (ses croyances), de ses actions (son pouvoir de faire). L'identité va donc de pair avec la prise de conscience de soi." Pour qu'elle se fasse, le sujet doit se créer «la perception de la différence de l'autre qui constitue [...] la preuve de sa propre identité qui devient alors un "être ce que n'est pas l'autre"».

En guise d'exemple nous présentons l'identité "du moi" d'un certain Monsieur Wasselin, comptable dans un magasin de nouveautés, qui expose sa façon d'être. L'auteur, G. Duhamel, dit qu'il (Monsieur Wasselin) changeait sans cesse d'emploi, errait de bureau en bureau cherchant lui-même d'in vraisemblables raisons de fuite. "Je suis fait ainsi, déclarait-il. Je suis un homme libre et volatil. Je suis un insoumis, un impatient [...]. J'aime l'inconnu, l'inexploré." [...] je ne peux pas vivre dans l'indécision." (G. Duhamel, pp. 77-79).

On trouve un comportement identique chez un certain Vaseka, le personnage principal d'une nouvelle de V. Choukchine qui, lui aussi, ayant travaillé quelque part pendant un ou deux mois, s'en allait. Quand quelqu'un s'intéressait pourquoi il faisait cela, il répondait: „Parce que je suis talentueux.” (В. Шукшин. Танцующий Шива).

Cette prise de conscience, pour qu'elle se crée, a besoin de différence, de différence vis-à-vis des autres. Ce n'est qu'en percevant l'autre / les autres comme différent(s) que peut naître la conscience identitaire. La perception de la différence de l'Autre constitue d'abord la preuve de sa propre identité. C'est par rapport à l'Autre que l'on se reconnaît comme «sujet» parlant ou pensant. Mais E. Benveniste affirme que du point de vue de la communication verbale, il n'y a pas de *je* sans *tu*, ni de *tu* sans *je*: le *tu* constitue le *je* [1966: 258-266]. Autrement dit, la conscience identitaire sous-entend une ressemblance avec l'Autre. Dès lors, affirme P. Charaudeau dans l'ouvrage cité plus haut, la conscience de soi existe à proportion de la conscience que l'on a de l'existence de l'Autre. Plus cette conscience de l'Autre est forte, plus fortement se construit la conscience identitaire de soi. Il s'agit là de ce que l'on appelle le *principe d'altérité*.

2) *une identité psychologique* – toute proche de la première, – qui apparaît comme un sentiment d'équilibre de l'être parlant avec les choses de ce monde, à son entendement, une sorte de „*nid imaginaire*”, un confort / un cadre vital à son désir qu'il chérit et défend constamment: c'est un emploi où il s'équipe (au moins partiellement) une place à son goût, un domicile avec un arrangement de confort qui lui plaît, un costume élégant et commode, une femme qui le complète, des passe-temps qui lui procurent de la satisfaction etc. Cette identité est faite d'un complexe de croyances, de convictions, d'habitudes, de traits de caractère spécifiques qui forment ce «Je», difficile à décrire, mais qui vient se relier dès qu'on l'aborde. C'est un *fond de toile connotatif* qui lui permet d'agir comme une identité personnelle, comme un être original et intéressant. Ce qui compte le plus c'est de ne pas bousculer d'une façon trop brusque cet équilibre qu'il érige, car poussé en dehors de ce cadre, l'être se sent désemparé, incommodé, frustré. Alors il commence à se rebiffer, à agir, à demander sa portion de droits.

Comme illustration, nous présentons les descriptions de cette identité chez son père, M. Pasquier, que fait G. Duhamel dans son roman *Le notaire du Havre*: „... mon père était les bons jours, souriant, froid, dédaigneux [...] ... il ne pouvait souffrir la laideur (p. 108), ... son devoir était de confesser, de prêcher l'évangile du bon usage (p. 109), ...(parfois, quand

il voyait quelque chose qui lui déplaisait, M.R.) il haussait les épaules, hochait la tête, multipliait les «hum!» et les soupirs... Mon père ne pouvait supporter les grimaces... Il avait une profonde horreur des tics et ne se retenait jamais de la manifester, surtout dans les endroits publics, sans pitié pour le tiqueur... (p. 110). Il considérait avec un dégoût non dissimulé certaines disgrâces physiques. Comme il était fort bien chevelu, il morigénait les chauves..., ou (si c'était) un quidam d'une laideur excessive, papa levait les yeux au ciel et criait: «Il faut être beau !»... il ne pouvait souffrir qu'une femme portât un enfant de manière défectueuse..." (G. Duhamel, p. 111).

Ou encore un autre exemple: ...je n'aimais rien tant que ma maison, tondre mon gazon comme tous mes voisins... et de temps en temps faire tourner des disques à une mauvaise vitesse en me tordant de rire. (S. Mortimer, p. 8).

Cette identité permet au sujet parlant de s'attribuer certaines libertés dans les situations de communication – hausser le ton, tourner le dos, jeter des regards discréditants, souligner sa supériorité – étant donné qu'il est „chez soi”. Exemple:

... il s'appelait M. Caracalla. Sans doute avait-il souvent affaire dans ce bureau et il en avait un peu d'orgueil, je le vis à l'air dont il me toisa et à sa façon affectée de rire très haut, pour mieux faire entendre qu'il était de la maison. (M. Aymé, p. 8).

Un des plus connus théoriciens de l'identité psychologique E. H. Erikson [1968] affirme que cette identité est une des étapes principales du développement de la personnalité. Il soulignait que la formation de l'identité (la conscience du «moi») commence pendant l'adolescence, ce qui est discutable. Selon la conception de Taylor [Taylor et al., 1994] le sentiment du «moi» commence à se développer depuis le plus bas âge de l'enfant quand il devient conscient du fait qu'il est une personnalité à part et conçoit qu'il est détenant de qualités personnelles et du concept de soi. Elle se développe et se perfectionne constamment, pendant toute la vie.

On doit mentionner, à la suite d'H. Erikson, que la formation de l'identité psychologique de l'homme puise ses contenus de différentes sources liées surtout à sa socialisation, dont nous parlerons plus loin: pendant l'enfance elle est influencée par les parents et les autres membres de la famille, puis ce sont les maîtres d'école, les amis, les collègues qui apparaissent comme des autorités dignes de confiance, etc.

3) *une identité sociale*, ce que P. Charaudeau désigne par – „... *ce qui donne au sujet son "droit à la parole", ce qui le fonde en légitimité* –“... *l'état ou la qualité de qui est fondé à agir comme il agit...* [3]. C'est un mécanisme de reconnaissance du sujet parlant par d'autres sujets, au nom d'une valeur qui est acceptée par tous.” L'identité sociale est faite par une série de marqueurs sociaux: l'âge du sujet, sa position sociale, un document attestant des études faites, la profession qu'il exerce, la renommée acquise, l'expérience de vie, la sagesse reflétée dans ses publications, ses théories, ses dires etc. D'habitude cette identité est présentée au début de tout texte littéraire, d'une façon concise ou bien par fragments. Par exemple:

J'étais un bon géant mélancolique, j'avais fait des étincelles (j'ai remporté plusieurs victoires dans la boxe, M.R.) à Harvard dans diverses catégories dont le football [...]. Je mettais cinq balles dans le trou central du carton, de la main droite ou de la main gauche indifféremment [...]. Malheureusement je suis un détective en vrai ... je m'occupe des affaires banales, pleines de chantage et d'obscénités... (S. Mortimer, p. 8).

Ici encore, mettre en doute l'identité sociale du locuteur, c'est le frustrer, le provoquer, déclencher des scandales, comme dans l'exemple qui suit:

[...] Une contestation s'était élevée entre le chauffeur et son client au moment de régler la course.

- Sûrement que vous avez appris à lire aux Quinze-Vingts (allusion à la mauvaise vue du vieillard), disait le chauffeur en montrant le compteur de la voiture. Vous ne voyez pas qu'il y a marqué quatorze francs ?

Le client, un minuscule vieillard [...] ripostait d'une voix de fillette:

- Cocher, vous aurez beau faire. Votre mécanique me paraîtra toujours moins sûre que ma vieille expérience de Parisien. Voici donc dix francs et j'estime que c'est largement payé.

Le ton de la discussion monta aussitôt, car le chauffeur se trouva froissé par l'appellation de cocher (dénigrement de sa profession, M.R.). (M. Aymé, p. 22).

4) ***une insatisfaction de l'état du monde réel ou imaginaire*** qui le concerne personnellement ou ses proches. L'identité psychologique qui impose le sujet parlant à se construire sans cesse ce „*nid imaginaire*”, dont nous avons parlé plus haut, agit comme un catalyseur sur la perception du monde dont il construit son confort. Il en est constamment insatisfait et il veut l'améliorer sans cesse. Cela mobilise ses ressources créatives et il tâche toujours de perfectionner la mosaïque de cette identité. Exemple:

Ulisse Mérou croit distinguer chez les Hommes de la planète Soror des possibilités plus grandes que l'imitation de certains sons (P. Boule, p. 136).

Cette insatisfaction, étroitement liée à son identité psychologique, trouble l'équilibre entre le «moi» et les constituants du monde qu'il se crée à tout moment et l'impose à analyser son niveau, sa qualité, ses sources et son origine. Exemple:

Depuis un mois, malgré ma patience et mes efforts, je n'ai pas réussi ... à leur faire accomplir (aux Hommes de la planète Soror, M.R.) des performances supérieures à celles des bêtes bien dressés. [...] c'est à peine si quelques-uns parviennent à répéter deux ou trois sons monosyllabiques... (P.Boule, p. 136).

5) ***un état intentionnellement marqué, sentir la nécessité de faire certaines modifications dans la structure du monde*** – marqueur étroitement lié au précédent et le complétant. Cela veut dire qu'en procédant à un certain type de modification des choses dans le monde, le locuteur doit avoir une intention et un but bien claires: savoir ce qu'il veut modifier dans le monde ou dans l'identité de son interlocuteur, déterminer ce qu'il peut modifier par ses propres moyens ou établir une collaboration possible. Sentir une insatisfaction de l'état du monde c'est peu de choses. Il faut entreprendre quelque activité, il faut vouloir que cet état soit amélioré. Exemple:

Comme un premier pas dans la transformation des Hommes de la Planète Soror, Ulisse Mérou voulait leur apprendre à parler. (P.Boule, p. 136).

Ces modifications peuvent être de deux types: s'il s'agit d'un acte de discours, à l'aide duquel le locuteur veut effectuer une modification dans le comportement de son interlocuteur, par exemple, lui donner un conseil, l'informer, le prévenir etc., le locuteur doit savoir que pendant sa réalisation „...il (le locuteur) exprime un contenu propositionnel avec l'intention qu'une correspondance soit établie entre le langage et le monde, suivant une certaine direction d'ajustement. Si le locuteur fait une assertion ou un témoignage, le but de son énonciation est de représenter comme actuel un état de choses et le contenu propositionnel de l'acte de discours est sensé correspondre à un état de choses existant (en général indépendamment) dans le monde. De telles énonciations ont la direction d'ajustement des mots aux choses (ou du langage au monde). Par contre, si le locuteur fait une requête ou donne un conseil, le but de son énonciation n'est pas de dire comment les choses sont dans le monde mais bien plutôt de faire transformer le monde par l'action future de l'allocutaire de telle sorte qu'il s'ajuste au contenu propositionnel. De telles énonciations ont la direction d'ajustement des choses aux mots (ou du monde au langage)” [Vanderveken, D.: 108]. Mais s'il s'agit de faire un effort physique et modifier certain état du monde par ses propres

actions le sujet parlant doit procéder à une évaluation de ses possibilités après laquelle il décidera s'il a ou non besoin d'un collaborateur.

6) **une prédisposition à la communication**, c'est-à-dire qu'après avoir évalué ses propres moyens et ses possibilités dans l'intention de réaliser les modifications qu'il veut entreprendre et en constatant que de lui seul il lui sera impossible de les effectuer, le locuteur ressent la nécessité de faire appel à quelqu'un d'autre. Un exemple:

Sans espoir, Jéricho a disparu. Elle a dû me voir, prendre peur et filer. (Mais) tout n'est pas encore désespéré. Hillary Knowles saura sûrement où la trouver. Je vais le suivre en me dissimulant et je mettrai la main sur elle, solidement, à la première occasion. (S. Mortimer, p. 97).

7) **les moyens de communiquer**: connaître le code nécessaire, avoir les moyens techniques, sinon il devra les trouver / les inventer. Ce sont en fin de compte des savoirs sémiolinguistiques, lesquels permettent au locuteur de choisir et d'agencer des formes en relation avec leur sens et leurs valences, selon les contraintes du code, du cadre situationnel et des paramètres de l'organisation discursive. Exemple:

Ulisse Mérou qui ne possédait pas la langue des singes - habitants de la planète Soror - a décidé de faire son possible pour établir un contact avec ces singes (...). Celui qui lui apportait à manger n'avait pas l'air méchant. „Observant ma tranquillité, il me tapota même l'épaule d'un geste familial. Je le regardai dans les yeux; puis, sortant la main de ma poitrine, je m'inclinai cérémonieusement. Je lus une intense surprise sur son visage, en relevant la tête. Je lui souris alors, mettant toute mon âme dans cette manifestation. Il était prêt de sortir: il s'arrêta, interloqué et poussa une exclamation. J'avais enfin réussi à me faire remarquer. Voulant confirmer mon succès en montrant toutes mes capacités, je prononçai assez stupidement la première phrase qui me vint à l'esprit.

- Comment allez-vous?" (P. Boule, p. 62).

8) **un collaborateur pour communiquer**: un partenaire réel qui doit répondre à deux exigences de base:

a) il doit posséder les atouts manquant au locuteur (force physique, connaissances, instruments, habileté, relations, argent, etc.);

b) il doit être prédisposé à la communication. Cette deuxième exigence présuppose que le partenaire doit être prêt à accueillir le locuteur dans son espace personnel ou social, à lui accorder un certain temps pour l'écouter, à accepter, du moins partiellement, la vision du problème qui préoccupe le locuteur, à "ignorer" les déficiences de son code et la logique de son exposé, à faire siens ses intérêts etc. Cet altruisme n'est pas toujours facile à manifester et très souvent ce prétendent au partenariat avance des conditions:

- il limite le temps de l'intervention (Vous avez 5 minutes!);

- il peut ajourner l'entrevue (Vous viendrez demain à 17.00 h.);

- il peut demander une rémunération etc.

9) **le respect de son interlocuteur, voir en lui un alter ego**. Dans la communication ce principe se résume à une triade de représentations se renfermant sur le locuteur que nous formulons ainsi: il est ce qu'il dit des autres → il a ce qu'il souhaite aux autres → il apparaît tel qu'il voit les autres. Il se reflète toujours dans ce qu'il énonce. Cela fait que la communication équilibrée demande qu'il y ait une équivalence des dire et des faire de celui qui intervient le premier, à une seule exception: *le volume de l'information*. En général, toute communication se construit dans un seul but: répartir l'information entre les interlocuteurs en parties égales / uniformes. Quand cette équivalence est établie, la communication, comme processus, dépérit et collapse. Pour la raviver il faut identifier un nouveau déséquilibre informationnel. Mais le principe du respect de l'autre devra rester toujours.

10) **un message à communiquer** – une information (le contenu du message) formé avec des facultés nécessaires, et une ambiance convenable. L'information doit être riche et son contenu improbable [Voir: Cuilenburg Van J.J. et all: 27-34; Rumleansch, 2014]. Elle doit bousculer les savoirs du partenaire, lui apprendre quelque chose d'inattendu. Il doit posséder aussi des indices guidant la compréhension de l'allocutaire (des éléments d'un vécu commun). Mais pour qu'il comprenne un tel message, il faut en plus qu'il y ait redondance (répétition) et une certaine entropie, ce qui permet de relâcher par moments son attention et la soutenir constamment. Si une phrase n'est pas bien comprise, il pourra la



comprendre par l'intermédiaire d'une autre. La redondance est un système pré-correcteur de l'erreur. Pour qu'une information soit comprise, il faut qu'il y ait un équilibre entre la richesse de l'information et la redondance. De même on ne doit pas oublier la distance et la relation dans lesquelles ce message est transmis. Dans la relation de face à face il y a encore la notion de territoire<sup>4</sup> (voyez l'image d'à côté). C'est un espace vital et psychologique que l'on défend contre l'intrusion d'un membre de la même espèce. La distance relationnelle varie selon le type de contact (affectif ou agressif) et le message codé (il pourra être verbal ou écrit). Il pourra aussi être non-verbal (très souvent associé au message verbal) qui très souvent complète

l'information du message. Il peut alors être codé ou non-codé. Les signes non-verbaux, non-codés, sont les expressions des sentiments, des émotions.

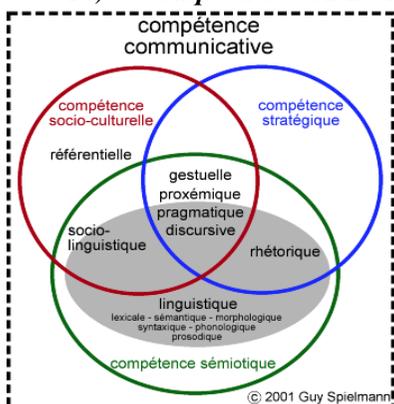
11) – **des savoirs pour bâtir des relations avec le collaborateur potentiel** afin qu'on partage, du moins en partie, les mêmes motivations, finalités, intentions: son statu quo, sa manière de mener la conversation (aime les détails ou un exposé de l'essentiel). Pour y réussir il faut prendre en compte tous les marqueurs décrits sans oublier le caractère et le tempérament de l'individu. Même l'état d'esprit dans lequel il se trouve. Ce n'est pas par hasard qu'avant d'aborder le chef le quêteur s'informe auprès de la secrétaire "Le boss, il est comment aujourd'hui?" Approcher quelqu'un, surtout quand il s'agit d'exploiter ses ressources, demande une tactique bien pensée et des savoir faire.

12) **la conception que s'il change quelque chose dans le monde, il doit changer lui-même.** C'est un principe capital et infère sur l'affirmation qu'à tout moment nous jouons plusieurs rôles. Jouer un rôle cela veut dire apparaître dans différentes ipostases: si le locuteur demande une information il devient un "nécessiteux" et adopte un parler, un comportement, des gestes spécifiques; s'il donne des ordres, il change de ton, de débit, de registre stylistique. Même si l'interlocuteur lui passe le livre qu'il avait demandé, il change: il devient satisfait, bonasse, positif. De cette façon, quand il a l'intention de dire ou de faire quelque chose, il est un certain type d'homme; quand il a dit ou fait quelque chose, il devient un tout autre homme. Il est entouré de l'aura de ses activités, il en est marqué. Et le plus important, c'est qu'il ne peut plus redevenir tel qu'il était avant l'acte de communication. Toute tentative de ravoir les paramètres initiaux est vouée à l'échec. L'empreinte du déjà dit / du déjà fait y persistera toujours. C'est pourquoi on doit concevoir que le locuteur n'est jamais une unité statique. S'il bouge, il fait bouger tout un monde de choses qui l'entourent, y compris soi-même.

<sup>4</sup> Il paraît qu'il faudrait introduire un espace supplémentaire, général, inter-social, commun à tous, dans lequel se réalisent certains actes de communication. Il n'a pas de limites ou plutôt il tient des possibilités techniques que l'homme dispose: le Skype, l'Internet, le télégraphe, la poste. La communication y est spécifique – à l'aide des moyens techniques.

13) *des savoirs pour trouver / édifier un lieu et une situation convenables* – tout ce qu'on appelle en général une situation de communication appropriée. Ce principe qui paraît simpliste joue un rôle décisif dans le succès de toute communication. Elle ne se fait pas n'importe comment. Il faut un minimum de conditions qui lui assurent la bonne marche et surtout l'effet. Quand le locuteur veut demander un service, une information, il doit tout d'abord faire preuve de politesse: demander des excuses pour le dérangement; quand il veut communiquer une information secrète ou intime, il ne doit pas le faire en public, à haute voix; quand il veut parler à son chef il doit choisir le temps, le lieu et le registre de langue. Même si le locuteur veut opérer un changement de place des meubles dans l'office où il travaille, il ne pourra pas le faire sans demander l'avis / le consentement de ses collègues au risque de bousculer leur identité psychologique (voir le marqueur 2). Donc, toute modification dans le monde doit se faire dans un contexte et une situation appropriés aux intentions qu'on a et tenir compte de la répercussion de ces bouleversements sur les allocuteurs. Si l'on déroge à ce principe, il y a le risque que ces modifications ne se réalisent pas ou qu'elles se réalisent à l'encontre des attentes.

14) *la compétence communicative*: savoir écouter l'autre, employer un ton et un registre stylistique convenables, savoir argumenter, avoir la capacité de produire des énoncés corrects dans une langue donnée etc. On la représente sous une forme de tableau synthétisant plusieurs modèles qui ont été élaborés [4].



D'une manière plus générale, souligne G. Spielmann dans son article *La compétence communicative. Les situations de l'utilisation*, [2013], cette compétence représente la capacité de communiquer efficacement dans une langue. Elle renferme plusieurs compétences additionnelles: *linguistique* – habileté à interpréter et à appliquer les règles du code linguistique dans une situation de communication, *sociolinguistique* – habileté à interpréter et à utiliser différents types de discours en fonction d'une situation de communication, *socio-culturelle* – habileté à interpréter et à utiliser les objets culturels liés à une situation de communication, *référentielle* – habileté à interpréter et à utiliser les domaines d'expérience, les objets du monde et leurs relations dans une situation de communication, *stratégique* – habileté à utiliser des stratégies verbales et non verbales pour maintenir le contact avec les interlocuteurs et gérer l'acte de communication en fonction de l'intention des locuteurs [5].

15) *des savoirs pour créer un régime de „politesses communicative”*, étant donné qu'il est impossible d'organiser une communication efficace sans tenir compte de certains principes de politesse. Ici on pourrait mentionner les six maximes et les sous-maximes de Leech [1983: 132] qui se greffent sur les notions du «coût» et du «bénéfice»:

1) *Maxime de tact*  
 - Minimisez le coût de l'autre (dans le cas des impositifs et des commissifs),  
 - Maximisez le bénéfice de l'autre;

2) *Maxime de générosité* (dans le cas des impositifs et des commissifs)  
 - Minimisez le bénéfice de soi,  
 - Maximisez le coût de soi;

3) *Maxime d'approbation* (dans le cas des expressifs et des assertifs)  
 - Minimisez le déplaisir de l'autre,  
 - Maximisez le plaisir de l'autre;

4) *Maxime de modestie* (dans le cas des assertifs)

- Minimisez le plaisir de soi,
- Maximisez le déplaisir de soi;

5) *Maxime d'accord* (dans le cas des assertifs)

- Minimisez le désaccord entre soi et l'autre,
- Maximisez l'accord entre soi et l'autre;

6) *Maxime de sympathie* (dans le cas des assertifs)

- Minimisez l'antipathie entre soi et l'autre,
- Maximisez la sympathie entre soi et l'autre.

Ensuite, pour détailler, il faut souligner que ce marqueur apparaît sous la forme d'un complexe de moyens de *savoir dire* (dont les outils sont: être entendu, être écouté, être compris [Martin J.-C.]) et *savoir faire* (activité intellectuelle stabilisée et reproductible dans des champs divers de connaissance [7]), présentant finalement un *savoir être* reflété dans l'agencement des composantes communicatives de manière à prévenir les mésinterprétations possibles. La politesse communicative établit un pont permettant la rencontre des partenaires et prévient les conflits. Lors de la rencontre entre des représentants de cultures différentes, de positions sociales différentes, d'âges différents, d'expériences de vie différentes, ces derniers attachent une grande attention à l'attitude de l'Autre, ainsi qu'à son langage, à ses comportements et à ses réactions aux messages. Un sourire, un regard bienveillant, une poignée de mains, une gamme de gestes ou paroles polies rassurent l'interlocuteur et lui font comprendre que son partenaire n'a pas l'intention de lui nuire. La politesse dans les contacts constitue un signe langagier de sympathie, crée une prévention contre le conflit. C'est le premier pas pour établir un contact entre les deux partenaires.

La politesse aide aussi à résoudre les conflits. Dans la vie, les malentendus peuvent se produire à tout instant si les deux partenaires n'accordent pas une attention suffisante à la politesse. Un malentendu peut dégénérer en conflit et déclencher la violence. Inversement, dans la boxe, par exemple, les sportifs se serrent la main pour marquer le commencement et la fin du match ainsi que le respect de l'autre. La réconciliation demande aussi de la politesse.

Néanmoins, la politesse peut constituer aussi une des sources de malentendus si l'on se réfère à leurs origines. Elles peuvent être:

a) une divergence d'interprétation du message par l'allocutaire par rapport à l'intention du locuteur;

b) l'ambiguïté ou l'implicite d'un message quand le contexte est polysémique et que le message permet plusieurs interprétations. Les normes et les formes de politesse varient d'une culture à l'autre et la politesse s'exprime souvent de façon indirecte, voire implicite. Les interprétations erronées sont fréquentes. Par exemple, un concierge chinois salue un matin un locataire français en lui disant: «Où allez-vous?» Une question formelle chinoise à laquelle on n'est pas obligé de répondre et qui indique le degré d'intimité du locuteur envers son interlocuteur. Le Français a été fort choqué par la question: «C'est un espion? Pourquoi veut-il savoir où je vais?» Une salutation amicale est interprétée ici comme une violation de l'espace privé [6].

La politesse fonctionne comme un système de conventions dont la forme et le fond sont liés par des règles sociales. Elle permet de décrire la logique et l'ordre de ce qui se fait ou ne se fait pas. Elle permet aussi un choix dans les catégories de formulation selon le statut des interlocuteurs, le temps ou la situation. Ce qui permet l'expression individuelle, la créativité, ainsi que le développement de la compétence sous forme de stratégie de communication.

Pour créer un régime de politesse communicative, on devrait développer les compétences linguistiques et culturelles en mettant l'accent sur les fonctions suivantes: saluer, pré-

senter, remercier, excuser, féliciter, complimenter, inviter, offrir, demander, accepter / refuser, approuver / désapprouver, souhaiter et exprimer des vœux, ouvrir / clore une conversation, introduire des sujets de conversation, changer de sujet, interrompre la conversation, etc.

16) **une identité crédible**. Savoir qu'on ne le croit pas, que l'on a des doutes sur les propos qu'il émet inhibe le parler du locuteur, le fait apparaître sous une image désavantageuse. À l'avis de P. Charaudeau [3] cette identité repose sur le besoin pour le sujet parlant d'être cru, soit par rapport à la vérité de son propos, soit par rapport à ce qu'il pense réellement, c'est-à-dire sa sincérité. Le sujet parlant doit donc créer et défendre une image positive de lui-même qui l'entraîne stratégiquement à se répondre à la question: "comment puis-je être pris au sérieux ?" Pour ce faire, il peut adopter plusieurs attitudes discursives:

- de *neutralité*: il efface dans son discours toute trace de jugement ou d'évaluation personnelle; l'impartialité dont il fait démonstration doit insuffler à l'Autre l'idée que tout ce qu'il énonce a le droit d'être cru comme étant une chose attestée;
- de *distanciation*: il adopte l'attitude froide et contrôlée du spécialiste qui raisonne et analyse sans passion; il opère avec des faits et non pas avec des raisonnements personnels;
- d'*engagement*: il opte (de façon plus ou moins consciente) pour une prise de position dans le choix des arguments ou le choix des mots, ou par une modalisation évaluative apportée à son discours. Cette attitude est destinée à construire l'image d'un sujet parlant comme un "être de conviction". La vérité, ici, se confond avec la force de conviction de celui qui parle, et celle-ci est censée influencer l'interlocuteur;
- d'attitude *démonstrative*: il impose à l'autre des arguments et un certain mode de raisonnement que celui-ci devrait accepter sans discussion.

Le fait d'être conçu comme **digne de foi** communique une splendeur particulière à tous les types d'identité mentionnés.

## II. Les marqueurs de l'identité communicative de l'Allocutaire

À l'analyse, on observe que tous les marqueurs caractérisant le locuteur sont teintés d'une nuance de déficience, d'une nécessité polyvalente: convaincre quelqu'un, s'imposer, argumenter une affirmation, défendre quelque chose (un point de vue, par exemple), informer, instruire etc., tandis que ceux de l'allocutaire possèdent une couleur d'apport bénéfique à effet remédiable. Il faut remarquer que presque rien n'est étranger à l'allocutaire dans ce que possède son partenaire, à l'exception de ce besoin d'aide – le motif de l'intervention du locuteur. C'est pourquoi dans l'exposé des marqueurs d'identité de l'allocutaire nous mettrons l'accent sur ceux qui diffèrent d'une certaine façon des particularités du locuteur ou qu'il a en plus.

Donc, l'allocutaire en tant que participant et co-édificateur de l'acte de communication doit détenir les marqueurs suivants:

1) **posséder "l'identité du moi"**. Cette conscience identitaire a les mêmes paramètres que ceux du locuteur. Seulement la perception de la différence de l'autre est marquée par un complexe de supériorité (attesté ou implicite): l'allocutaire sait que son partenaire a besoin de lui, qu'il le croit possesseur d'une information, ou d'un bien et qu'il peut dicter certaines conditions dans la bonne marche de la communication. Il paraît que chez l'allocutaire le principe du soi-même est supérieur au principe d'altérité et il tâche souvent d'en tirer les bénéfices. De là les situations où il demande:

- un autre service en retour (simultané ou en temps nécessaire),
- une rémunération pour le service, comme la mouche dans la fable de La Fontaine:

[...] Après bien du travail le Coche arrive au haut.

Respirons maintenant, dit la Mouche aussitôt:

J'ai tant fait que nos gens sont enfin dans la plaine.

Ca, Messieurs les Chevaux, payez-moi de ma peine.

2) **posséder une identité psychologique** toute semblable à celle de son partenaire. Cela leur permet de se trouver sur un pied d'égalité et, en collaborant, ils s'améliorent ce fond de toile connotatif dont nous venons de parler. Le sentiment de l'équilibre de l'allocutaire avec les choses de ce monde qu'il emprunte chez son partenaire, doublé de ses efforts qu'il doit faire pour le défendre, l'amène parfois à employer des moyens peu prédictibles, mais efficaces, comme dans l'exemple qui suit:

- Pas de voleurs dans ma maison! (criait le propriétaire, M.R.)

C'est alors que tout doucement, mon père (l'allocutaire, M.R.) ouvrit notre porte.

- Monsieur, dit papa posément, vous êtes le propriétaire. Et moi, je suis M. Pasquier [...]

- Vous êtes M. Pasquier? Eh bien? Qu'est-ce que ça peut faire?

- Cela fait, monsieur, dit papa, que je vous prie de descendre et de ne pas troubler plus longtemps la paix de cette maison. [...]

- La paix de cette maison! Vous parlez de ma maison! Ma maison, monsieur![...]

- Il est possible, dit papa, que cette maison vous appartienne. Mais c'est nous qui l'habitons et nous avons droit à la paix, nous payons aussi pour la paix [...] Et vous croyez, monsieur, que je vous laisserai faire sans vous châtier, à ma façon? [...] Oui, monsieur, je vais vous châtier! Vous ne méritez pas autre chose. Vous êtes laid. Vous êtes gras. Vous êtes ridicule et bête. Vous avez le regard faux. Et même, vous ne vous refusez rien: vous vous offrez d'être chauve!... (G. Duhamel, pp. 208-209).

L'attaque de l'allocutaire a été si rapide, si inattendue et si bien exécutée que le locuteur (le propriétaire) a dû prendre la fuite.

Une nuance supplémentaire: l'allocutaire éprouve un sentiment de satisfaction quand il sait que l'Autre a besoin de lui<sup>5</sup> et surtout quand son intervention a eu un reflet bénéfique pour sa face positive. Par exemple, après avoir châtié le propriétaire, papa est revenu „...en donnant des poignées de main à certains locataires demeurés sur son passage pour lui témoigner leur respect, leur estime, leur vibrante admiration”. (G. Duhamel, p. 210)

3) **posséder une identité sociale.** C'est ce qui donne à l'allocutaire le droit à la réponse et à la collaboration en général, ce qui le rend reconnaissable par le locuteur, au nom d'une valeur qui est acceptable dans cet acte interrelationnel concret. C'est notamment cette série de marqueurs sociaux – l'âge, la position sociale, l'aspect physique, le document attestant des études faites, la profession qu'il exerce, la renommée acquise, les relations, la richesse etc. qui attire sur lui l'attention du locuteur et le “condamne” à devenir allocutaire. De là cette remarque: le locuteur qui a besoin d'aide ne s'adresse pas à n'importe qui. Il cherche, il choisit, il évalue chez les prétendants les marques des potentialités, le niveau du bénéfice à tirer.

4) **accepter l'insatisfaction de l'état du monde physique ou moral que ressent le locuteur, partager son état d'inconfort et accéder à la critique de ce monde faite par le locuteur.** C'est le premier pas dans l'acceptation d'être l'ego du locuteur. Cette similitude d'affectations forme l'intention des deux protagonistes, rend conjoints leurs efforts ultérieurs. Et puisque „l'union fait la force” c'est encore cette similitude de visions qui les motive dans leurs activités ultérieures. Dès lors, la collaboration devient coopérative et vise à l'instauration d'un consensus, voire une fusion entre les interactants, chacun cherchant humblement à apporter sa pierre («sa contribution») à l'édifice qu'on va construire en commun [Kerbrat-Orecchioni 1992: 149-150].

5) **être intentionnellement marqué,** sentir la nécessité de contribuer à faire certaines modifications dans l'état du monde – écho de l'insatisfaction et de l'inconfort ressentis par le

---

<sup>5</sup> Ce n'est point par hasard que le Moldave affirme: „Trăiești atât cât altora te dăruiești” – On est vivant autant qu'aux autres on est donnant.

locuteur se reflétant dans son intervention. Une fois entré dans le dédale des intentions de son partenaire, l'allocutaire doit embrasser tous les risques et les inconvénients possibles, et il lui faut parfois une forte dose de courage. On a un fameux exemple dans le conte d'A. Daudet où l'habit à palmes vertes (personnification du subconscient de M. Guillardin) veut lui ouvrir les yeux sur les origines de ses succès (grâce aux adultères de sa femme, M.R.) ce qui met celui-ci en colère, d'où le risque de perdre sa jolie guirlande verte et d'être jeté au feu. (Oulissova, N. et all. Textes d'étude. M.-L. Editions „Просвещение”, 1966, p. 49-53).

6) **avoir des prédispositions à la communication**, c'est-à-dire qu'après avoir reçu le(s) signalement(s) du locuteur concernant le besoin d'avoir une collaboration, l'allocutaire accepte de lui offrir le secours dans la mesure de ses possibilités et s'engage à respecter les conditions que celui-là lui demande. Dès lors il doit:

- *exprimer le désir de communiquer,*
- *accepter l'introduction du locuteur dans son espace personnel / social,*
- *prendre une attitude loyale envers l'intervention du locuteur* (accepter l'information proposée par le locuteur),
- *posséder des compétences pour accéder au contenu de l'information* (connaître le code, avoir des connaissances sur le domaine abordé),
- *accepter le temps, le lieu et la situation de communication.*

7) **avoir des compétences communicatives**: savoir écouter l'autre, employer un ton et un registre stylistique convenables, savoir argumenter, entretenir le régime de politesse communicative etc. En 1972, D. Hymes définissait la compétence de communication comme «la connaissance des règles psychologiques, culturelles et sociales qui commandent l'utilisation de la parole dans un cadre social».

S. Moirand [1982: 20] parle de quatre composantes constitutives de la compétence de communication:

- *La composante linguistique* – la connaissance et l'appropriation (la capacité de les utiliser) des modèles phonétiques, lexicaux, grammaticaux et textuels du système de la langue.
- *La composante discursive* – la connaissance et l'appropriation des différents types de discours et de leur organisation en fonction des paramètres de la situation de communication dans laquelle ils sont produits et interprétés.
- *La composante référentielle* – la connaissance des domaines d'expérience et des objets du monde et de leurs relations.
- *La composante socio-culturelle* – la connaissance et «l'appropriation des règles sociales et des normes d'interaction entre les individus et les institutions, la connaissance de l'histoire culturelle et des relations entre les objets sociaux».

Dans la vision de D. Coste [1978: 25-34] la compétence de communication comprend de même quatre composantes principales:

- a) *La composante de maîtrise linguistique*: savoirs et savoir-faire relatifs aux constituants et aux fonctionnements de la langue en tant que système linguistique permettant de réaliser des énoncés qui coïncide avec celle de S. Moirand,
- b) *La composante de maîtrise textuelle*: savoirs et savoir-faire relatifs aux discours et aux messages en tant que séquences organisées d'énoncées (agencements et enchaînement transphrastiques, rhétoriques, et manifestations énonciatives de l'argumentation),
- c) *La composante de maîtrise référentielle*: savoirs et savoir-faire touchant aux routines, stratégies, régulation des échanges interpersonnels en fonction des positions, des rôles, des intentions de ceux qui y prennent part,
- d) *La composante de maîtrise situationnelle*: savoirs et savoir-faire relatifs aux différents autres facteurs qui peuvent affecter dans une communauté et dans des circonstances données les choix opérés par les usagers de la langue.

D'après P. Charaudeau la compétence «situationnelle» ou «communicationnelle» «...exige de tout sujet qui communique et interprète qu'il soit apte à construire son discours (en fonction de l'identité des partenaires de l'échange, de la finalité de l'échange, du propos en jeu et des circonstances matérielles de l'échange» [2001: 37].

8) **respecter le locuteur, voir en lui un alter ego** – toujours d'après une triade de paramètres mais d'une autre nature: *il* (l'allocutaire) *apparaît tel qu'il réagit à la demande de l'Autre* → *il a ce qu'il donne à l'Autre* → *il est ce qu'il répond à l'Autre*. Et c'est notamment la manière de réflexion de l'autre qui convainc le sujet parlant (le locuteur) de continuer à détailler sa requête. Si l'allocutaire lui tourne le dos, s'il demande qu'on ne le dérange pas, s'il ne réagit d'aucune façon, le locuteur devra abandonner son intention et trouver un autre allocutaire.

9) **signaler qu'il est prêt à la collaboration** avec le locuteur qui lui signale

- *qu'il a besoin d'une information* (dans les demandes, les questions...),

- *qu'il cherche un collaborateur*,

- *qu'il cherche quelqu'un qui l'écoute/l'aide, lui donne un conseil* etc.

Pour ce faire l'allocutaire emploie certains modificateurs de son état précédent: il délaisse son occupation, il occupe le face-à-face, il crée une atmosphère d'attente informationnelle, il remodèle son territoire et, si c'est nécessaire, partage l'état d'esprit du locuteur (adopte le rôle de consolateur).

10) **comprendre que s'il accepte par ses interventions à changer quelque chose dans le monde / chez l'autre il devra changer lui-même** – une décision pleine de responsabilité qui met en jeu le sort de l'acte de communication. Le refus d'accepter ce principe risque d'affecter l'image de soi, la partie narcissique dans l'acceptation de E. Goffman [1973]. Au contraire, si l'allocutaire compatit et se prête bénévolement à la collaboration, son image n'aura qu'à gagner.

11) **avoir la prédisposition à la reconnaissance**: c'est-à-dire avoir une approche positive de la motivation du locuteur et savoir non seulement la comprendre, mais aussi à l'exprimer, à la reformuler, si c'est nécessaire, clairement et sans détours. Cette prédisposition crée le fondement de l'attitude de médiation, c'est sur elle que repose le climat de confiance que l'allocutaire crée et doit pouvoir entretenir tout au long du processus de communication.

12) **savoir maintenir le régime de „politesse communicative”** introduit par le locuteur. Cet acte de conduite responsive renforce les autres marqueurs déjà présentés et assure le succès de la communication.

À la réflexion, ces marqueurs sont nécessaires tant au locuteur, aussi bien qu'à l'allocutaire, vu que si la communication prend cours, ils devront changer de rôle. Il s'agit seulement de ce jeu de leur apparition *in praesentia* ou *in potentia*, sorte de toile de fond (background). Etant donné que ces paramètres se ressemblent beaucoup, le passage d'un rôle à un autre ne paraît pas compliqué.

Une question qui peut apparaître: en quelle mesure les interlocuteurs peuvent et doivent manifester leurs identités? Il nous semble qu'ils doivent les manifester de par le contrat de communication où le locuteur doit évaluer les limites de ses manœuvres dont il dispose dans le cadre du contrat pour exploiter les contraintes imposées par les conformateurs – situation, contexte, contact, message etc. et faire le choix des moyens d'édification des messages en rapport avec son vécu, ses savoirs, les procédés correspondant à ses projets de parole et les intentions qu'il veut réaliser en “exploitant la collaboration” avec son partenaire, et l'allocutaire doit peser le niveau de crédibilité de son attachement au projet du locuteur et l'importance du rôle qu'il veut jouer dans la communication.

### Références:

1. Benveniste, E. "De la subjectivité dans le langage". In: Problèmes de linguistique générale, 1. Paris: Gallimard, 1966.
2. Charaudeau P. *Identité sociale et identité discursive. Un jeu de miroir fondateur de l'activité langagière*. In: Charaudeau P. (dir.), *Identités sociales et discursives du sujet parlant*, Harmattan, Paris, 2009.
3. Charaudeau, P., Maingueneau, D. *Dictionnaire d'analyse du discours*, Paris, Éd. du Seuil, 2002.
4. Coste, D. „Lecture et compétence de communication” In: Le Français dans le Monde, 1978, N° 141, Hachette-Larousse.
5. Couilenburg Van J.J., Scholten O., Noomen G.W. *Știința comunicării*. Versiune românească de T.Olteanu. București, HUMANITAS, 1998.
6. Erikson, E.H. *Identity, youth and crisis*. New York: W. W. Norton Company, 1968.
7. Goffman, E. *La Présentation de soi. La Mise en scène de la vie quotidienne I*. Traduit de l'anglais par A.Accardo, 1973, Collection «Le sens commun».
8. Hymes, D.H. "On Communicative Competence" In: J.B. Pride and J. Holmes (eds) *Sociolinguistics. Selected Readings*, 1972, Harmondsworth: Penguin, pp. 269-293.(Part 2).
9. Jakobson, R. *Essais de linguistique générale*. Paris, Minuit, 1963.
10. Kerbrat-Orecchioni, C. *L'énonciation*. Paris, éditions A.Colin, 1980.
11. Leech, G.N. *Principles of pragmatics*. London: Longman, 1983.
12. Martin, J.-C. *Le Guide de la Communication*. Oaris, Ed. Marabout, 1999.
13. Moirand, S. *Enseigner à communiquer en langue étrangère*, Paris, Hachette, 1982, 4<sup>e</sup> édition, 1992.
14. Ricœur, P. *Soi-même comme un autre*. Paris, Seuil, 1990.
15. Rumleansch, M. *Les particularités de l'information dans la communication verbale*. In: *Traditione și inovare în cercetarea științifică* (ed. a V-a). Mater. Coloquia professorum, Bălți, 2014.
16. Spielmann, G. *La compétence communicative. Les situations de l'utilisation*, 2013 (<http://faculty.georgetown.edu/spielmag/docs/FLE/competence.htm>)
17. Taylor et al. 1994. A socialization model of child behaviour. <https://www.researchgate.net/A-socialization-model-of-child-behaviour-Taylor-et-al-1994-based-on>
18. Vanderveken, D., *Les actes de discours*. Liège / Bruxelles, Mardaga, 1988
19. Zhihong Pu. *La politesse comme entrée pour l'acquisition / apprentissage d'une langue étrangère* <http://gerflint.fr/Base/Chine2/pu.pdf>

### Webographie:

1. <http://www.cnrtl.fr/lexicographie/locuteur>
2. <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/allocutaire/2400>
3. <http://www.patrick-charaudeau.com/Identite-sociale-et-identite,217.html>
4. <http://faculty.georgetown.edu/spielmag/docs/FLE/competence.htm>
5. [https://fr.wikipedia.org/wiki/Comp%C3%A9tence\\_de\\_communication](https://fr.wikipedia.org/wiki/Comp%C3%A9tence_de_communication)
6. <http://gerflint.fr/Base/Chine2/pu.pdf>
7. <http://www.icem-pedagogie-freinet.org/node/3593>

### Sources littéraires:

1. Duhamel, G. *Le notaire du Havre*, 1933.
2. Mortimer, S. *L'amour peintre*. Paris, Ed. R.Julliard, 1962.
3. Aymé, M. *La belle image*. Editions Gallimard, 1941.
4. Boule, P. *La planète des singes*, Paris, Ed. R.Julliard, 1963.
5. La Fontaine, Jean de. *Fables choisies pour les enfants*, illustrées par Boutet de Monvel, Paris, Plon-Nourrit & Cie, 1888.
6. Oulissova, N., Matvéeva, N., Dolinine, K. *Textes d'étude*. M.-L. Editions „Просвещение”, 1966.
7. Шукшин, В. Танцующий Шива: [http://www.net.lit.com/writer/2394/books/17384/shukshin\\_vasilij\\_makarovich/tantsuyuschiy\\_shiva/read](http://www.net.lit.com/writer/2394/books/17384/shukshin_vasilij_makarovich/tantsuyuschiy_shiva/read)